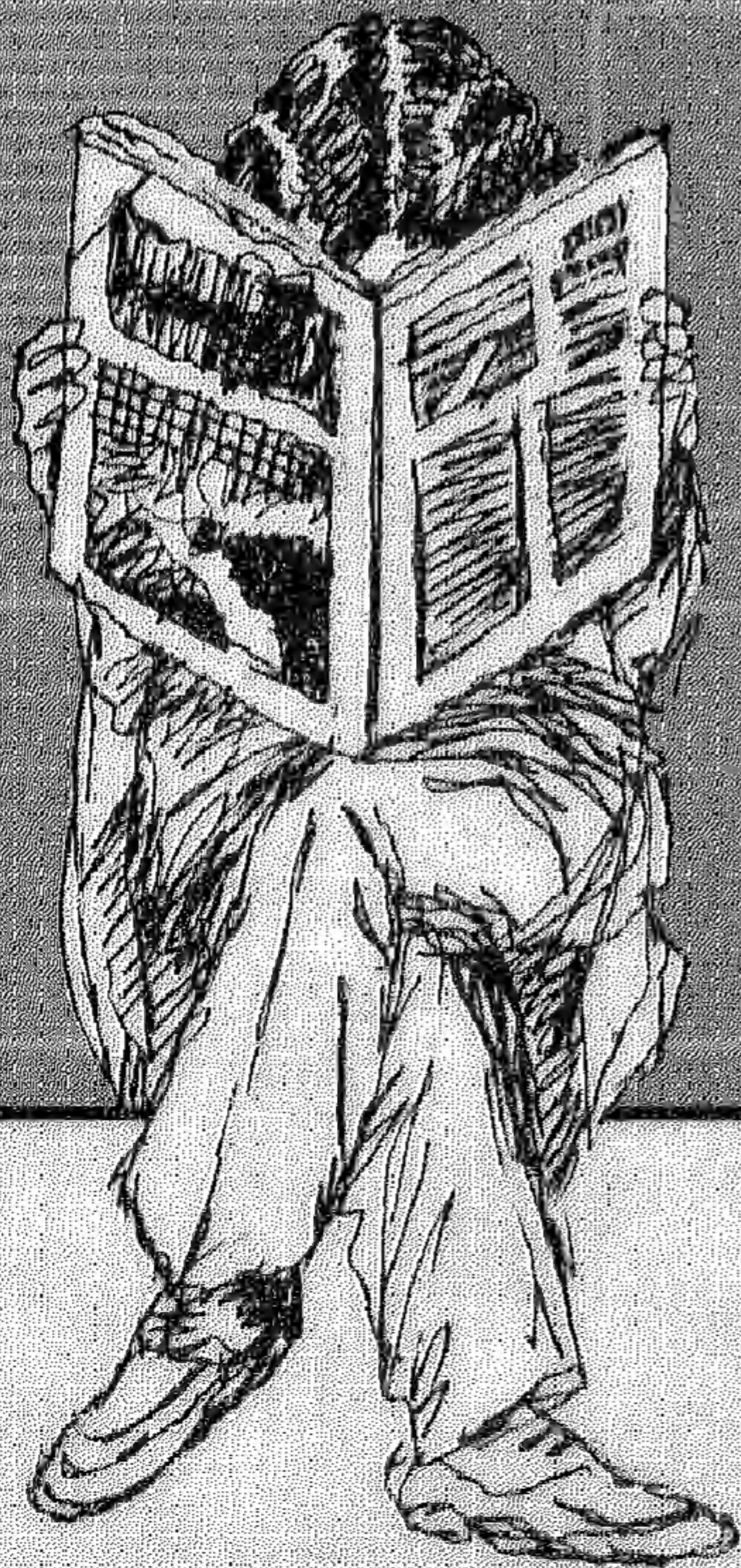


محمود علم الدين

المجلة

التخطيط لإصدارها
ومراحل إنتاجها

تقديم: د. صليب بطرس



اهداءات ١٩٩٨

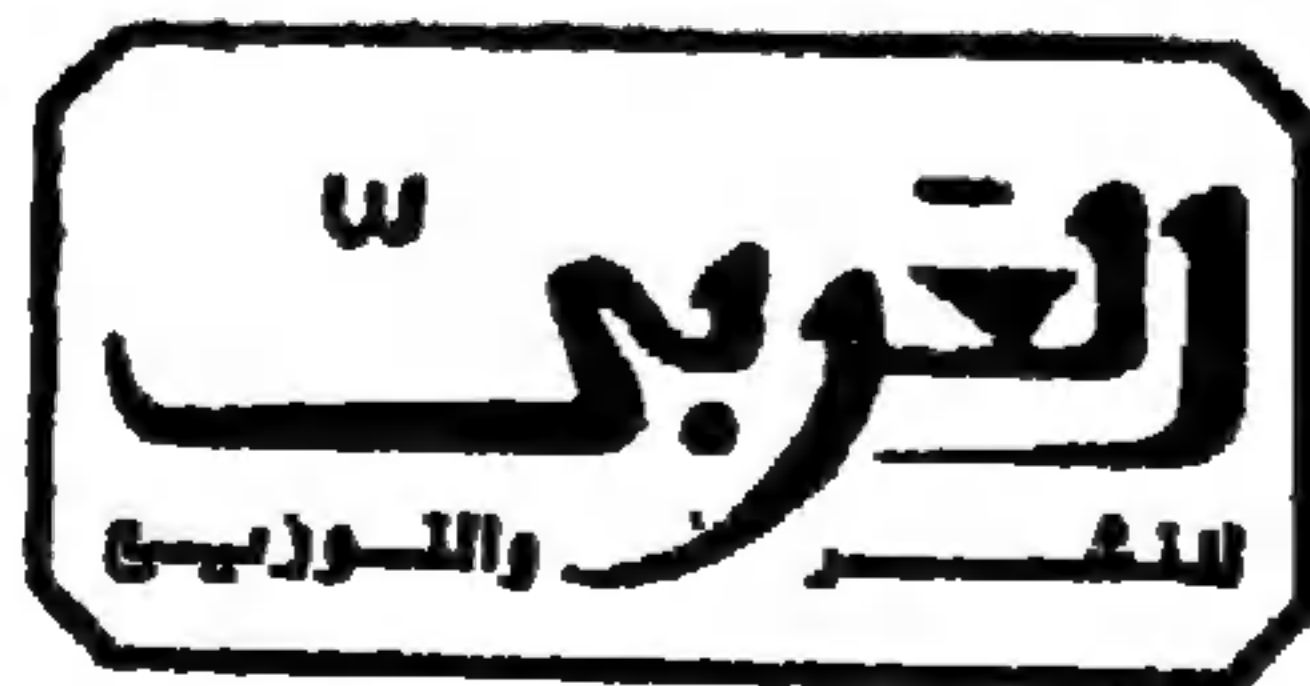
مؤسسة الأهرام للنشر والتوزيع

القاهرة

مكتبة جامعة القاهرة

المجلة

التخطيط لإصدارها
ومراحل إنشائها



٦٠ شارع النصر، القاهرة - عام ١٩٥٥ - المجلد ١ - العدد ١
طابعات: ١٩٥٦ - ١٩٥٧

تقديم

بقلم الدكتور صليب بطرس

نوجد بصفة عامة مدرستان فيما يتعلق بتزويد صناعة الصحافة بما يلزمها من الموارد البشرية : الاولى وتتبع الاسلوب الذى لا يستند أساسا الى التعليم الاكاديمى البحت عن طريق تخصص معاهد لتدريب المواد الاعلامية ، بل تعتمد الصحافة فى ظلها فى التزود بالموارد البشرية اللازمة لها عن طريق الاختيار القائم على الاسنعداد الشخصى والخبرة والتجربة العمليتين .

ويكمل اصحاب هذا الاسلوب ما قد يكون هناك من نقص عن طريق التدريب اثناء ممارسة العمل in - job وفيه يلقي على الرؤساء عبء توجيه الجدد من العاملين فى الحقل الصحفى على اختلاف سماتهم .

وهذا الاسلوب تتبعه الصحافة البريطانية ، ولو أنه عدل فى العقدين الاخيرين لكى يتمشى مع مقتضيات العصر فى التطور التكنولوجى وفنون الصناعة وامتزج هذا النظام بالتدريب داخل المنشأة وخارجها الذى يمتد حتى يصل الى من يشغلون مراكز قيادية فى التحرير والادارة على السواء .

ولم يجد اصحاب هذه المراكز حرجا فى استكمال ثقافتهم عن هذا السبيل ولم تبخل عليهم المنشآت فى هذا المضمار فترسلهم الى أى مكان فى العالم حيث يكون التدريب فى افضل صورة له يقينا من القائمين عليها بأن هذا الاتفاق نوع من الاستثمار له عائد مجز فى نهاية المطاف .

والاسلوب الثانى : ويستند الى ان الصحافة كأي مهنة اخرى لا بد للعاملين فيها من ان يتلقوا اصولها فى المعاهد العلمية على اساس اكاديمى .

ومن ثم فقد انشئت الكليات الجامعية التى يتلقى فيها الطلاب العمل الصحفى بنواحيه المختلفة ، ولا بأس من اختيار المتقدمين للالتحاق بهذه الكليات لانتقاء من تتوفر فيهم المقومات الشخصية التى تكفل لهم النجاح فى ميدان الصحافة كسلامة التفكير وسلامة العبارة واتقان اللغة وما الى ذلك .

والصحافة الامريكية زعيمة هذا الاسلوب بلا منازع .

ومما يعزز انتشار هذه المدرسة ان الصحافة اصبحت صناعة ضخمة ولها مميزات الخاصة بها . فعنصر الوقت مثلا يلعب فيها دورا اكبر مما يلعبه في الصناعات الاخرى .

ويكفى لاثبات اهميته ان عمر الصحيفة كله يعد بالساعات ، والخبر نفسه يعتبر من اكثر السلع بوارا ، فقد يصبح عديم القيمة في اقل من لمح البصر اذا سبقت اليه صحيفة اخرى .

ومن اليسير ايضا ان يتحول القارئ عن صحيفته المفضلة اذا ما دأبت على التأخر عن الظهور في موعدها الذي اعتاد القارئ ان يحصل عليها فيه .

واعتماد الصحيفة ، كمنتج نهائي ، على حكم القارئ ، باعتباره المستهلك النهائي يتسم بدرجة من الذاتية اكبر مما يتسم به حكم اى مسنهلك لاية سلعة اخرى .

ولا يشفع ماضى الصحيفة العريق لدى القارئ ، اذا اعتقد يوما انها قد قصرت في خدمته او انها في تصوره تختلف عن مسيرة العصر . وحتى اسلوب توضيب الصحيفة (اخراجها وطبوغرافيتها) يتوقع القارئ ، بعديله ولكن دون عنف من آن الى آخر بحيث يزيل عنه الملل وبواكب العصر .

وبرغم التقدم التكنولوجى الهائل الذى اعترى الصحافة فى جميع جوانبها ، وبخاصة منذ السبعينات ، فان عنصر البتري ، فى مجال التحرير على وجه الخصوص ، ما زال له تأثير كبير فى مادة الصحيفة . فالحدث الواحد ، يخرج الى قراء كل صحيفة فى صور ونكهات مختلفة متأثرا ، ولا ريب ، بالمشاعر والاحساسات الشخصية لمن اشترك فى الحصول عليه ولن صاغه . وما ذكرناه هنا لا يعدو الا ينون قليلا من كثير ليس هذا الانيان عليه .

غير ان ما نود التاكيد عليه هنا ان هذه المميزات لا بد من ان يتردد سداها فى صناعة الصحافة ابتداء من وضعها المؤسسى ، وهيكلا التنظيمى واساسها ووضع سياستها المختلفة وتنفذها .

ولا تختلف فى ذلك الادارة عن التحرير ، فالاولى فى تصورى ، هى مجموعة الاعمال التى من شأنها ان تفضى فى النهاية الى اخراج الصحيفة على نحو يجعل منها مادة يقبل عليها القارئ ، وتباع له بسعر يكون فى

متناوله ويحقق ربحا لاصحاب المنشأة الصحفية سواء اكانوا ملاكا تقليديين ام كانوا عمالا لهم في ارباح الصحيفة نصيب كبير كما هو الحال في الصحافة المصرية . وما دام الامر كذلك فلا تنافر بين اهداف الادارة وبين اهداف التحرير ، بل على العكس من ذلك فان اهدافهما متطابقة تماما ، وهذا امر لازم لنجاح التخطيط .

ان الصحافة في مصر لم تعد ، ما كانت عليه حتى اواخر الثلاثينيات واولئل الاربعينيات عملا أدبيا فحسب ، كان يكفي للاضطلاع به ان يكون صاحب المشروع من رجال الادب له صلات برجال السياسة بصفة عامة ورجال الاحزاب بخاصة حتى يقبل على اقامة المنشأة الصحفية . وكان يكفي من الناحية المالية ان يحصل على بضعة عشرات الالوف من الجنيهات يقيم بها المنشأة الصحفية وتاريخ الصحافة في مصر ملئ بالامثلة العديدة .

ومن الواضح جليا ان وضع الصحافة قد تبدل . فنحن نسمع عن عشرات الملايين من الجنيهات تلزم ليس لانشاء مؤسسة صحفية جديدة بل لتجديد وتوسيع منشآت قديمة غريقة .

وهنا تبرز اهمية التخطيط في حياة الصحيفة .

ولعل الذهن ينصرف للتو ، عند ذكر التخطيط ، الى ما اسماه المواد الاولية الملموسة ابتداء من الآلات وانتهاء بالدونارة اللازمة لحزم الصحيفة الصحيفة ربطا وما بينها من مواد تنوعت اصنافها تختلف بين الورق والمواد الكيميائية غالية الثمن وبين اصناف اخرى لا حصر لها . فاذا اقتصر التخطيط على هدم النواحي اضحى عديم الجدوى . بل انه يلزم واكثر ضرورة ولا ريب في مجال التحرير . ويتعين ان يلزم التخطيط الصحيفة على طول طريق حياتها ومنذ التفكير فيها اذا اريد لها الوجود . بله البقاء . وحتى اذا قدر لها ، غير ذلك فاختيار الوقت المناسب للتوقف عن الظهور في حاجة الى تخطيط ايضا . واقرب مثل يضرب في هذا الصدد هو القرار الذي اتخذته مجلة لايف Life الامريكية عندما قررت الاختفاء في وقت بلغت فيه مبيعاتها ما لا يقل عن ستة ملايين نسخة من العدد الواحد . فقد رأى القارئون على امر هذه المجلة ان تلك اللحظة هي انسب اللحظات لاتخاذ مثل ذلك القرار .

والتخطيط للصحيفة — وانا استخدم هنا هذه الكلمة باعتبار انها جنس و « المجلة » نوع تاركا التقريعات لما أورده المؤلف عنها — يبدأ بالاسم الذي يطلق عليها وبالطبقة أو الطبقات التي توجه الصحيفة لخدمتها ومخاطبتها وهذا امر تتوقف عليه عوامل أخرى عديدة ، ويتوقف هو بدوره

على عناصر أخرى منها أسلوب مخاطبة جمهور القراء والتبويب ، واليوم الذى تظهر فيه وطبيعة المعلنين ، ونوع الطباعة والورق وما الى ذلك من الاعتبارات التى يتعين أن يتخذ فيه القرار على أساس متغيرات وثوابت عديدة لا تصلح لها العشوائية كما أنها ليست مجالاً للانفراد بالرأى لا من جانب التحرير ولا من جانب الإدارة .

ومن هذا المتعلق لا بد من أن تدرك الاجيال الشابة من الصحفيين الذين أعنيهم بالخطاب . أن أى قرار فى مجال التحرير لم يعد كما يمتد أصحاب المدرسة الصحفية القديمة أمر لا يسهل الا رجال التحرير ، وأن أى قرار ادارى كما تعتقد المدرسة الادارية العتيقة مجالاً لا يتعدى حدوده الا رجال الإدارة .

والرأى عندي أن شراء المطبعة الخاصة بالصحيفة لم يعد عملاً ادارياً بحتاً يتخذه الرجل المسئول عن الإدارة من برجه العاجى ، بل لابد من اشتراك الرجل المسئول عن التحرير فى وضع هذا القرار وما يصاحب ذلك من دراسة وبحث وتحيص . وكذلك الحال فى القرارات التحريرية .

ومن أجل كل هذا كان انشاء كلية الاعلام فى جامعة القاهرة عملاً ضرورياً للانتقال بالصحافة المصرية فى البيئة القديمة التى نشأت وعاشت فيها الى الاجواء الراحبة الحديثة التى لا يمكن أن تنمو الصحافة الحرة ، لخير المجتمع المصرى ، الا فى رحابها .

والواقع أن المؤلف وقد تخرج فى هذه الكلية — ويعمل الآن عضواً بهيئة تدريس قسم الصحافة بها — لخير مثل يضرب لما يمكن أن تقدمه للحقل الصحفى المصرى ، ومؤلفه (بفتح اللام) هذا لا توى دليل على ما ذهبت اليه لقد تناول بمنهج علمى مزوجاً بتجربة عملية شابة تخطيط كافة جوانب العمل الصحفى التحريرية والادارية بأوسع ما تنطوى عليه هذه الكلمة من معانٍ معرجاً على ثلاث تجارب من الصحافة المصرية والعربية احداها حدية للغاية اذ تمت بعد منتصف السبعينيات ، فهى والحالة هذه تجر تتسم بالجدة، وبتأثيرها بأخر ما وصلت اليه التكنولوجيا الصحفية فى نواحيها المختلفة .

وقد حان الوقت لان اخلى بين ما كتبه المؤلف وبين التارىء لكى يسبر بنفسه ، ويلمس ما بذل فيه من جهد ، وما وصل اليه من نتائج ليقومها فى هدى ما سبق أن ذكرته .

القاهرة (جاردن سيتى)

مايو ١٩٨٠

صليب بطرس

المستشار الفنى السابق لدار اخبار اليوم
استاذ زائر بكلية الاعلام / جامعة القاهرة

مختل :

المجلة

التعريف والسمات العامة

تعريف المجلة

عرفت منظمة اليونسكو الدوريات عام ١٩٦٤ بأنها كل المطبوعات التي تصدر على فترات محددة أو غير محددة (منتظمة أو غير منتظمة) ولها عنوان واحد ينظم جميع حلقاتها (أو أعدادها) ويشترك في تحريرها العديد من الكتّاب ويقتصد بها أن تصدر إلى مالا نهاية (أي لا يوضح حد معين تقف عنده الدورية) وقد قسمت المنظمة الدوريات إلى فئتين كبيرتين : —

أ — الصحف (الجرائد) :

ومنها الصحف اليومية (التي تصدر أربع مرات أسبوعيا على الأقل) والصحف غير اليومية (التي تصدر أقل من أربع مرات في الأسبوع) ولا تدخل الولايات المتحدة الصحف ضمن المطبوعات الدورية بل تجعلها محذرا مستقلا من مصادر المعلومات في حين تعتبر إنجلترا مثلا الصحف من المطبوعات الدورية .

ب — المجلات :

وهي تنقسم إلى مجلات تهتم المثقف العام ومجلات متخصصة في أي مجال من المجالات : كالطب أو أحد فروع الهندسة أو الإدارة أو المكتبات أو التوثيق وهكذا ومن الواضح أنه لا يهم سوى المتخصصين (١) .

ويبقى مصطلح مجلة ، مثيرا لمعانى مختلفة ، ولجدل عنيف حولها ، فهناك ثمانية مصطلحات أو ألفاظ تستعمل جميعا في وصف المجلة وتطلق جميعها عليها وهي : المطبوع Publication والدورية Periodical والجورنال Journal ونظرة عامة واستعراض ومعاينة Review والكتاب Book والجائز Gazette والإداة Organ وأخيرا المجلة Magazine ، ولعل استقراء دلالات هذه الألفاظ أو المصطلحات الثمانية تعطينا فكرة واضحة عن مفهوم المجلة (٢) .

المطبوع The Publication

أية مجموعة من أوراق صادرة عن مطبعة تعد مطبوعا : الجرائد ، الكتيبات والكتب ، والنشرات ، المطبوعات ، البطاقات ، الجداول

(الكتالوجات) ، الملصقات ، وقليل من هذه المواد المطبوعة تصدر بشكل دورى منتظم ، وتحت الاسم نفسه .

الدورية The Periodical

وتعنى أى مطبوع بصفة دورية ، واستعمل هذا المصطلح فى البداية للإشارة الى عمل واحد (مؤلف) كتبه مؤلف واحد على الرغم من أنه طبع فى أجزاء متكررة ، كل فى فترة ، وقد اعتاد كبار الكتاب فى بريطانيا أن ينشروا رواياتهم بهذا الشكل ، فكثير من روايات تشارلز ديكنز نشرت دورية مثل : « أوراق بيكويك » ، و « ديفيد كوبر فيلد » ، و « نيكولا بيكر » ، و « الاوقات الصعبة » وست روايات أخرى ظهرت فى أجزاء شهرية .

وعلى الرغم من أن كل المجلات دوريات (لأنها تصدر بشكل دورى) فإن كل الدوريات ليست بالضرورة مجلات وروايات . « ديفيد كوبر فيلد » و « الاوقات الصعبة » لديكنز ظهرت مع مقالات وروايات لآخرين فى جريدة أسبوعية تسمى Household News

وقد استعمل مصطاح Periodical ليشير الى نمط من مقالات الجرائد ليميز من مقالات المجلة العامة ، ومع نهاية القرن التاسع عشر ، استعمل ليعبر عن كل مطبوع يصدر بانتظام عدا الجرائد .

الجورنال (الجريدة) The Journal

Journal كلمة لاتينية تعنى daily book كتاب يومى و diary (يومية) ، ويعادلها كلمة diurnalis اللاتينية ، وهى مشتقة من كلمة Jour الفرنسية (يوم) أو (يوم) أو diurnali (يومى) ، وقد تطورت واستعملت فى أوربا : إنجلترا وفرنسا فى الشرق الثامن عشر لتصف الجريدة اليومية .

والآن نطلق كلمة Journal على ذلك النمط الجاد جدا من المجلات الذى تصدره جماعات الاطباء والعلماء والمهندسين والكيميائيين على سبيل المثال ، والغريب ان هذا المصطلح الذى كان فى الماضى يعبر عن الجريدة اليومية ، نجده الآن وقد أصبح أقل دورية عن معظم المجلات التى يصدر الكثير منها بشكل ربع سنوى وبعضها نصف سنوى ، وبعضها الآخر سنوى مثل :

- Birmingham University Journal
- The British Journal of Medicine

وعلى الرغم من ذلك فليست لكل هذه المجلات التى تسمى نفسها Journals

هذه الجدية نفسها أو التخصص الضيق نفسه ، فهناك أنماط من مجلات ذات مضمون أخف تستعملها مثل
Ladies Home Journal
Woman Journal و

وهناك نمط ثالث يقع بين هذين النمطين تصدره جماعات مهنية أو منظمات مثل :
British Legion Journal, Gas Journal
Brewn's Journal و

نظرة عامة ، استعراض ، معاينة The Review

استعمل مصطلح Review لسنوات عديدة ، وما زال يطلق حتى الآن على المجلة التي تحتوى على مواد أدبية ومقالات نقدية وتعليق على الاحداث الجارية ، تعرض لما كان يجرى ، ويستعمل هذا المصطلح الآن في مجال الصحافة ليشير الى : الوصف النقدي لكتاب جديد ، مسرحية ، فيلم ، تسجيل ، أو برنامج اذاعي أو تليفزيوني وتسمى هذه الالوان بالعروض أو المراجعات أو المتابعة (خاصة في المجلات السورية والعراقية) .

وبعض المجلات تسمى نفسها Reviews أو يشار اليها بأنها Reviews وهي في غالبيتها مجلات تتعامل مع احداث اخبارية حالية ، ووقائع حديثة في عالم الفن والموسيقى والكتب ، أى أنها تعيد النظر Re - view فيما حدث أو تستعرضه ، وخاصة ما تم نشره في الجرائد أولا .

الكتاب The book

كثيرا من رجال الاخراج والطباعة — خاصة في الولايات المتحدة الامريكية — يسمون المجلات كتبا Books ، وقد يكون السبب في ذلك هو اقترابها بل تشابهها مع الكتاب في أنها لا تصدر بهدف أو لغرض معالجة الامور الحالية

والكتاب وفقا لما أورده Pocket Oxford Dictionary هو مجموعة من الاوراق المطبوعة مثبتة وموضوعة في غلاف ، وعلى هذا الاساس فان وصف المجلات بهذا المصطلح ككتب ليس دقيقا .

الجازيت The Gazette

كلمة تعود الى كلمة Gazetta الايطالية وهي اسم عملة بندقية (من البندقية بايطاليا) كانت سعر لاول ورقة خيرية هناك .

وأطلق على الجرائد « وما زال هناك عدد من الجرائد المحلية التي تستعمل هذا الاسم في عناوينها مثل : Woldefield Gazette (الانجليزية) ولكن استعمالها المعروف بشكل جيد نجده في عنوان المطبوع الحكومي الانجليزي الرسمي : The London Gazette الذي يصدر ثلاث مرات في الاسبوع » ويحتوى على قوائم للتعيينات الحكومية والترقيات « وآخر التفليسات والاشهرات العامة الاخرى ، كما ان هناك مجلات تطلق على نفسها Gazette وتتناول تخصصات تهم كل الناس بشكل عام وهى : Railway Gazette و Police Gasette في انجلترا .

الإداة : The Organ :

كلمة تستعمل لتصف مجلة حزب سياسى ، نقابة مهنية ، رابطة أو اتحاد أو أى منظمة من هذا النوع « ومثل هذه المجلات توظف لتحمل الاخبار الرسمية للمنظمات التي تصدرها ، أى أنها « أدوات » تستخدم بواسطة أصحابها « وهذا بالضبط ما تعنيه الكلمة اللاتينية Organum التي تعنى أداة Instrument

المجلة : The Magazine

كلمة مجلة magazine الانجليزية الى الكلمة magazin الفرنسية المأخوذة من الكلمة العربية مخزن .

وناريخيا استعمل هذا المصطلح Magazine ، لأول مرة عام ١٧٣١ التالية استعمل ليصف الصحيفة التي كان لها شكل الجريدة ، ولكن محتواها متنوع .

وذلك لان الجريدة كانت مخصصة بشكل محدد للاخبار والاخبار السريعة والمحلية « بينما المجلات لم تكن تفعل شيئا لتعرض اخبار وقتها ، بل قدمت الروايات ، مقالات عن الرحلات ، ودراسات جاده ، ومواد أخرى للتسلية .

وهكذا نرى ان المجلة الجيدة يمكن ان تعنى مكانا تجمع فيه المقالات والقصص وتزود بأسلحة ونخائر عقلية ، عن طريق طرح الافكار ، والمناقشات ، وعرض المعلومات الهامة والمفيدة .

وهناك اتفاق بين العاملين في المجلات ومارسها الآن على تفسير فرانك لوثر موت Frank Lutter Mott للمجلة Magazine الذي يرى فيه المجلة هى « مطبوع مغلف يصدر بشكل دورى — طسويل أو تفسير — ويحتوى على مادة مقروءة متنوعة » ، وهو فى رأينا اينسا افضل تعريف .

كان هذا هو المفهوم الغربى : الاوربى والامريكى لكلمة مجلة : لغويا واصطلاحيا ... فماذا عن المفهوم العربى لكلمة مجلة ؟؟

يقول الدكتور : محمد مهدى علام ان اول من استعمل لفظ الصحافة بمعناها الحالى كان الشيخ نجيب الحداد منشئ لسان العرب في الاسكندرية « وكان الصحفيون لا يفرقون اول الامر بين الجريدة والمجلة في الاستعمال ، ولكن كلمة Rewéw كانت هي المستعملة عند الفرنج في مقابل ما اطلقنا نحن عليه كلمة مجلة (٣) ، ويتفق مع الدكتور عبد اللطيف حمزة في اعتقاده بصحة قول قليب دى طرازى ان اول من استخدم لفظ « مجلة » او اشار باستعمالها هو ابراهيم اليازجى عندما كان يحرر مجلة « الطيب » ثم شأهت بعد ذلك (٤) ، وعرف الشيخ ابراهيم اليازجى المجلة بأنها مشتقة من مادة جلا أو جلاء ، أى ظهر ووضع ، ومنها جليلة الامر أى ما ظهر حقيقة أى الخبر اليقين ، والمجلة هنا بمعنى أنها استجلاء حقيقة من العالم .

فعندما تولى الشيخ ابراهيم اليازجى ادارة مجلة الطيب عام ١٨٨٤ بالاشتراك مع الدكتور بشارة زلزل والدكتور خليل سعادة اشار باستعمال لقطة مجلة قائلًا عنها : أنها صحيفة علمية او دينية او انتقادية او تاريخية او ما شابه ذلك تصدر تباعا في اوقات معينة ، وبذلك ثبت هذا الاسم وتبعه في ذلك جميع المجلات التى صدرت بعد ذلك .

وعندما أنشأ الشيخ ابراهيم اليازجى والدكتور بشارة زلزل مجلة « البيان » في القاهرة قائلًا عن المجلة أنها : جليس العالم ، وأستاذ المريد والمومد الذى يتلاقى فيه المفيد والمستفيد ، بل هي خطب العالم في كل ندوة ، وبريده الى كل خلوة ، والمشكاة التى تستصح بها بصائر اولي الالباب ، والمنار الذى تأتم به المدارك اذا اشتتت عليها شواكل الصواب « (٥) .

وفي رأى الدكتور عبد اللطيف حمزة أن المجلة لا تعدو في جوهرها أن تكون عبارة عن اعادة النظر — الذى ينطلق من ان المجلة يطلق عليها لفظ Review والمعنى الحرفى له هو اعادة النظر — فيما طبع من اخبار وحوادث ومواد سبق نشرها في الجرائد اليومية ، ولم تساعد طبيعة الصحافة اليومية على استيفاء هذه المواد كما ينبغى « لكن المجلة تستطيع بعد كل هذا أن تعيد النظر في جميع هذه المواد على اختلافها وأن تبدى للقارئ وجهة نظر جديدة (٦) .

وينعرف الدكتور شكرى فيضيل المجلة بأنها « ظاهرة من ظواهر الحياة الحديثة او مؤسسة من مؤسسات هذه الحياة الخصبة التى يعيشها العالم في هذين القرنين ، وجدت مع التقدم الفكرى الذى ضر العالم » وهذه

الحاجة الى تبادل الراى وتقابل الفكر — قبل أن يكون قادرا على أن يتمثل
تمثلا كاملا فى كتاب — بين المفكرين « (٧) » .

ويضع الدكتور محمد مهدي علام تعريفًا موجزا للمجلة ، وهو أنها
« صورة مختصرة متجددة رخيصة الثمن لدوائر المعارف » . ويقول أن
وظيفة المجلة كانت قائمة فى حياة المجتمع العربى منذ القدم . وكانت هذه
الوظيفة تؤدى بطرق ثلاث العصر ، فمن ذلك الى الادب والمناظرات
والامالى وتناقل الروايات « (٨) » .

ويتتبع الدكتور محمد مهدي علام كلمة مجلة فى لغتنا العربية (٩) :

— فى لسان العرب : لابن منظور « المجلة صحيفة فيها الحكمة » .

— وروى النابغة الذبياني :

(مجلتهم) ذات الاله ودينهم قديم
فما يرجون خسير العواقب
وهو فى ذلك يريد (الصحيفة) .

— وفى حديث سويد بن الصامت : قال رسول الله صلى الله عليه
وسلم : « لعل الذى معك مثل الذى معى قال : وما الذى معك ؟ قال مجلة
لقمان » فكل كتاب عند العرب مجلة . يريد كتابا فيه حكمة لقمان .

— وفى حديث لانس بن مالك : التى الينا مجال — جمع مجلة — يعنى
صحفا (أورد ذلك أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم المعروف بابن
المنظور الاثيرقى المصرى فى كتابه لسان العرب) .

— وقال أبو عبيدة بن الجراح : « كل كتاب عند العرب مجلة » .

ويرى الدكتور سامى عزيز أن المجلة هى « نشرة ذات غلاف تصدر
دورية تحتوى على نوعيات متعددة من المواد » ويحدد صدور أول دورية
على شكل مجلة بعام ١٦٤٦ فى انجلترا بصور The Review محتوية
على أسماء الكتب والمؤلفين ، وتعليق وملخص للكتب ، وكان ذلك النوع
عنده أقدم أنواع المجلات (١٠) .

وترى الدكتورة اجلال خليفة أن المجلة : « احدى الوسائل الهامة
للاتصال بالجمهور ، تصدر فى دورية معينة وأقل مدى لهذه الدورية أسبوع
وأكثرها خمس سنوات . وتأخذ من الكتاب عمقه ومن الصحيفة تنسوع
مادتها ومجاراته هذه المادة لجوانب الحياة وسرعة حدوثها ، وكلمة مجلة

في اللغة العربية — في رأيها — تعنى قائمة عمومية من المعارف وجمعها مجلات أو مجال « (١١) .

ويحدد الدكتور محمد سيد محمد ثلاثة مقاييس رئيسية يمكن التمييز عن طريقها بين الجريدة والمجلة :

المقياس الأول : الفترة الزمنية لتتابع الصدور ، وهذا قد يبدو لأول وهلة مقياسا في الشكل ، لكنه الأهم عنده ، فالصدور اليومي لصحيفة ما يؤكد كونها جريدة ، ولأن هذا المقياس أيضا مرتبط بالمضمون ارتبساطا وثيقا ، لأن الصحيفة اليومية لا يمكن أن تتخصص كما تتخصص المجلات .

المقياس الثاني : هو المادة التحريرية ، وهي في الجريدة الخبر في المحل الأول ، وفي المجلة المقال بأشكاله المتعددة ، والتقارير الصحفي بأنواعه الأربعة : من حديث وتحقيق وريبورتاج وماجريات ، إلى جانب القصص والطرائف والرسوم والصور وما شابه ذلك .

المقياس الثالث : فقد درجت الجرائد خلال تاريخها العالى أن تكون في حجم أكبر ، كما درجت المجلات خلال تاريخها العالى ، أن تكون في حجم أصغر وبرغم صدور صحيفة يومية بالحجم النصفى « التابلويد » وبرغم صدور مجلات بحجم الصحف اليومية ، لكن العبرة بالأغلب والأعم وما شذ عن هذه القاعدة قليل .

والى جانب هذه المقاييس الثلاثة الرئيسية توجد مقاييس ثانوية كنوع الورق ، والغلاف واستخدام الألوان ، وطريقة الطباعة ، والإخراج الصحفى ، واختلاف كل ذلك بصفة عامة في كل من الجريدة والمجلة (١٢) .

ويفرق الدكتور محمد سيد محمد بين المجلة والنشرة مؤكدا على أن المجلة (١٣) : دورية تمثل عملا صحفيا بكل ما يتطلبه العمل الصحفى من عناصر ، وما يقتضيه من التزامات ، وما يفرضه العرف الصحفى من عمومية واتصال مباشر بجماهير القراء ، أما مضابط البرلمانات أو تقارير النشاط السنوى للهيئات الثقافية أو ما شابهها فليست مجلات حتى لو اتخذت لنفسها عنوان مجلة لأن التسمية الصحيحة لها هي النشرة .

كذلك تختلف المجلة عن الطبعة الأسبوعية من الجريدة ، فالمجلة ذات غلاف ، والطبعة الأسبوعية هي جريدة رومى في تحريرها كثرة الموضوعات الحالية والانباء المحلية والعالمية ومقالات عن الادب والفن ، وفي بعض الاحيان كانت الامكانيات الضخمة للصحيفة اليومية تهىء لها فرصة لإصدار طبعة أسبوعية أو نصف شهرية وليست بالضرورة أن تحمل الطبعة الأسبوعية الاسم نفسه ، بل قد يضاف اسم آخر إلى جانب الاسم الأول كالسياسة ، والسياسة الأسبوعية ، والبلاغ ، والبلاغ الأسبوعى (١٤) .

أنواع المجلات

هناك أكثر من تصنيف لأنواع المجلات ، يعتمد على كل تصنيف منها على معيار محدد يتقرر على أساسه نوع المجلة ، ويمكن حصرها في ستة تصنيفات رئيسية (١٥) :

الاول : تصنيف القراء ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا لميول القراء .

الثاني : تصنيف التوزيع ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا لارقام توزيعها .

الثالث : تصنيف الشكل ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا لنوع الورق ونوع الطباعة وشكل المجلة Format من مظهر اخراجي الى نبويب الى قطع .

الرابع : تصنيف المضمون ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا للمضمون الذي تحمله .

الخامس : تصنيف المصدر ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا للمصدر أو الناشر .

السادس : تصنيف دورية الصدور ، الذي يصنف المجلات الى أنواع وفقا لعدد مرات صدورها أو دوية الصدور .

التصنيف الرباعي للمجلات

ولكني أميل الى تصنيف المجلات الى أربعة أنواع رئيسية هي :

(١) المجلات العامة General magazine

(٢) المجلات الاخبارية News Magazine

(٣) المجلات المتخصصة Specialized magazine

(٤) المجلات الملخصة أو المهضومة وهو في رأيي تصنيف شامل .
Digest

المجلات العامة :

ويطلق عليها المجلات العامة General magazines او المجلات الجماهيرية
Mass magazines او مجلات المستهلك Consumer magazines
او مجلات المنوعات Variety magazine او متعددة الملايين Multi million

والمجلات العامة تتسم بتنوع المضمون ، وتتوجه الى جماهير
متنوعة ، وأن كانت تستهدف القارئ العام غير المتخصص ، مثل مجلات:
Lesliés و Harper's Weekly, Collier's و Life, Look
و The People الأمريكية (١٦) و Paris - Match
الفرنسية ، و stern الألمانية الغربية ، والمصور ، وآخر ساعة ،
واكتوبر المصرية .

المجلات المتخصصة :

وتتعدد أنواع هذه المجلات بتعدد أنواع الجمهور الذي تخدمه ،
والوظيفة التي تؤديها عن طريق المضمون المتخصص الذي تحمله .

فنجد أن هناك مجلات للمرأة والطفل والرياضة ، والدين والادب
والعلوم والهوايات ، وجمهورها محدد وكذلك مضمونها ، ويتراوح توزيعها
بين بضعة آلاف وأحيانا مئات في مجلات المدارس والشركات ، الى ملايين
مثل T.V. Guide الأمريكية التي توزع ١٨ مليون نسخة اسبوعيا ، و
Antimité, Vogue, Elle, Jours de France الفرنسية ، و
Psychology Today ، و Yachting, Woman's Day
الأمريكية ، ومجلات « حواء » و « الاذاعة والتلفزيون » و « الثامنة »
« الشباب وعلوم المستقبل » ، و « الاهرام الاقتصادي » المصرية
و « الفكر » التونسية ، و « الصقر » القطرية ، و « الشورى » الليبية .

المجلات الاخبارية :

يعتبر بعض أسانذة الصحافة ، ومنهم الدكتور سامي عزيز ، هذا
النوع من المجلات العامة (١٧) ، ولكنه اقرب انواع المجلات الى الجرائد
وهي تتسم بمحافظتها على عنصر الحالبية عن طريق المناسبة المتعقبة ،
للاخبار ، وأهم ما يميز أسلوب تحريرها :

١ - الإيجاز : Brevity فأخبار الاسبوع تنشر مكثفة كلها في صفحات
قليلة ، كما أمكن ذلك .

٢ - الذاتية Subjectivity حيث يتم مزج الراي بالحقيقة ويتم تلوين
الخبر بأسلوب شديد الجاذبية .

٣ — صحافة الجماعة : Group Journalism حيث يعمل عشرات من الباحثين والكتاب والمحررين في تحديد أهم موضوعات العدد ، خاصة بموضوع الغلاف Cover Story (١٨) .

واقدم المجلات الاخبارية في العالم واكثرها توزيعا هي مجلة Time التي تعد أكثر المجلات تأثيرا في الولايات المتحدة الأمريكية ، تليها Der Spiegel و News wlek . و U.S News and World Report الألمانية الغربية ، والـ Timpo المكسيكية ، التركية ، واليابانية Shako Ahi والهندية Look والـ كينية Reporter (١٩) ، وفي مصر صدرت مجلة « الجيل الجديد » عام ١٩٥١ على هذا النمط ، واستمرت حتى عام ١٩٦٤ .

المجلات الملخصة او المهضومة :

وتعتمد على ان تنشر في تركيز اهم وأبرز المقالات والتعليقات والموضوعات الجادة والخفيفة والمسلية والمنشورة في المجلات الاخرى العامة والمتخصصة مع التركيز على المتخصص منها — وذلك بعد قراءتها — وأول مجلة من هذا النوع أنشئت في لندن عام ١٨٦٠ وهي الـ Literary Digest لفراند وجنتالر ، بعد ذلك أسس البرت شسوفروي Reader's Digest ، ولكن هذا النوع لم ينتشر ولم يزدهر بعد ان أصدر دي ويت والاس وزوجته ليلا أسيشون مجلتها الشهيرة الـ عام ١٩٢٢ ، بعدها تأسست عشرات المجلات المهضومة او الملخصة (٢٠) وللأسف هذا النوع من المجلات لم يظهر حتى الآن في العالم الغربي ، وتوقف صدور الطبعة العربية من الـ Reader's Digest — التي أصدرها فؤاد صروف خلال الحرب العالمية الثانية باسم «المختار» من الريدرز دايجست وتولى رئاسة تحريرها بعده محمد زكي عبد القادر ثم كمال عبد الرؤوف — عام ١٩٦٧ حين أغلقت بعد توتر العلاقات المصرية الامريكية ثم قطعها في نهاية عهد الرئيس جمال عبد الناصر .

وفي العام قبل الماضي لدثت مفاوضات بين مؤسسة اخبار اليوم ودار النشر التي تصدر الـ Reader's Digest لاعادة اصدار الطبعة العربية منها ، ولكنها لم تنته الى اتفاق حتى حصلت على امتياز اصدار الطبعة العربية دار نشر عربية هي شركة النهار للمنشورات الدولية — باريس ، وتنشر الطبعة العربية من المختار الآن شركة رأس الخيمة للمنشورات الدولية التي أسسها كل من فسان تويني وتوفيق أبو خاطر وعثمان عائدي ولوسيان حداد ، ومقرها الرئيسي باريس ، ويرأس تحرير هذه الطبعة العربية (المختار من ريديرز دايجست) آدمون صعب ويعاونه اديب صعب ، ويعمل مؤنس طه حسين مستشارا ثقافيا للمجلة ، ويعيب هذه الطبعة ركافة الترجمة العربية .

وترجع أهمية هذا النوع من المجلات الى انه يعطى الفرصة للقراء لتوسيع معارفهم ونظرتهم العامة والاطلاع على موضوعات هامة كان من الصعب بل من المستحيل عليهم — أحيانا — قراءتها في مصادرها (٢١) .

سمات المجلة : كوسيلة اتصال بالجمهور :

قال استاذ الراى العام الامريكى الراحل والتر ليبمان : « اننا لا نحكم على الاشياء فى ذاتها بل على الصورة التى نكونها نحن عنها » اى ان الصورة التى فى رؤوسنا هى مادة آرائنا ، ومضمون هذه المادة على الدوام .

ولكن كيف تتكون هذه الصورة ؟ ، وما القوى التى تساهم او تشارك فى هذا التكوين ؟

يرى استاذ الصحافة والمؤرخ الفرنسى س. دينوايه ان الجرائد اليومية تشارك بجزء مئط فى تكوين هذه الصورة التى فى رؤوسنا ، اما الاجزاء الاخرى فتأتى عن طريق المجتمعات العامة ، والمنابر والمحاكم والمجالس النيابية وغير ذلك من الوسائل الفعالة فى التأثير على الراى العام ، وأخيرا تسلطت السينما والاذاعة على عقول الجماهير الى درجة جعلت الناس تعتقد خطأ أنهما سوف تظلعان الصحافة عن عرشها الى الابد ، وفى المنافسة بين هذه الوسائل المتعددة فى تكوين آراء الناس تلعب المجلات دورا هائلا وذلك عن طريق الصور والقصص والموضوعات التى درست درسا عميقا (٢٧) .

فميزة الجريدة هى التكرار وميزة المجلة هى العمق .

فالمجلات أقدر على تقديم الموضوعات المدروسة والنتائج التى لم تكن معروفة من قبل ، لان لديها فسخة من الوقت للبحث والدراسة ، والاستقصاء فتستطيع ان تعالج الموضوعات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية خيرا من الصحف اليومية فمثل هذه التقارير أوقع فى نفس القارئ وذات اثر أبقي من العناوين أو النبذ أو الاخبار المصورة التى تنشرها الصحف (الجرائد) اليومية .

وتستطيع المجلة ان تؤثر فى مخيلة القراء عن طريق الرسم والصور الفوتوغرافية ، تفوق تأثير الصحيفة (الجريدة) اليومية ، وذلك لما يتوفر لدى المجلة عادة من الامكانيات الفنية فى هذه الناحية ، فالطابع الجميل للمجلات من حيث الامكانيات الطباعية والالوان والاخراج له تأثير سيكولوجى قوى فى نفوس الناس جميعا على اختلاف صفاتهم وأعمارهم ، لذلك تستغل المجلات بواسطة رجال الدعاية السياسية والتجارية كوسيلة ناجحة ومؤثرة (٢٣) .

وتاريخيا تطورت المجلة كشكل مهجن Ahybrid form مطبوع . وذلك لتملا الفجوة الاتصالية الموجودة بين الجرائد والكتاب الثقافي الادق . فدافيد كرونريك يضعها في منطقة وسط بين الكتاب والجريدة ، ذلك انها توجه الى جمهور اكثر تحديدا من جمهور الجريدة . ولا ترتبط بشدة بالحوادث اليومية وتشبه الكتاب اكثر من الجريدة بحكم مدى الافكار التي تعالجها (٢٤) .

وبينما يرى جورج ديهاميل أن : «المجلة تجمع بين الجريدة والكتاب، بعد أن غيرت خلال السنوات الأخيرة من مقرها والتمست لها مظهرا جديدا» محاطة على مظهر الجريدة وأن قدمتها مادة أغنى وإن لجأت الى شيء من التراجع في الزمن لتحكم على الوقائع والناس(٢٥) .

ويمكن تحديد سمات المجلة كوسيلة اتصال ، وكذلك تحديد سمات جمهورها من خلال مقارنة المجلة بالوسائل الاتصالية الأخرى على أساس السرعة والتغطية والشكل والتكلفة وإمكانية الحصول عليها والدوام . وذلك من خلال الجدول التالي :

الوسيلة	الاسم	الكاتب	الجريدة	المجلة	الازاعة(*)
السمية	الاسم	الكاتب	الجريدة	المجلة	الازاعة(*)
السرعة التفطية	الحظي	تاريخي	سريعة مجازة	وقتية تأملية	لحظية مجازة بشكل جيد
التكاليف امكانية الحصول عليها	الحظي	مكلف صعب عليه	فسيقية رخيصة جاهزة	متعددة مرتفعة اقل صعوبة ثمنه	عشوائية مجانبة ثابتة
الدوام	زائل	دائم	معاصرة	ثمنه	زائلة

(*) الازاعة : المتصود بها الراديو والتلفزيون

كذلك يمكن التعرف على الجماهير التي تتوجه اليها المجلة ، من خلال مقارنة بين أنواع الجمهور — حسب تقسيم فردريك هويتنى وهى Audience والعامة Publics والجماعات Groups والافراد من حيث سمات كل نوع والوسائل الاتصالية (الاعلامية) التي تستخدمها من خلال الجدول التالي (٢٦) :

نوع الجمهور المقارنة	الجمهور Audience	العامة Publics	الجماعات Groups	الافراد Individuals
السمات	اعداد اكبر دائما تزيد	غير تطوعية لا يمكن التعرف عليها	تطوعية يمكن التعرف عليها	امداد اقل كلها مقسمة
	اقل تحديدا	ملايح مفردة موحدة	محددة	اكثر تحديدا
	غير مواجهة	جغرافيا ووظيفية	متجانسة	شخصية مواقف غير معروفة
الوسائل	جماهيرية تليفزيون	تليفزيون صحافة محلية	مطبوعات متحكم فيها	وسائل تستعين بالحاسب الالكترونى
	وكالات انباء مجلات ادوات متجددة	راديو مجلات	تقبل شخصى	بريد مباشر تليفون

وتعكس المجالات التنوع البارز داخل اى مجتمع متقدم او نام بشكل لم يشرح ولم يظهر فى اى وسيلة اتصال بمقدار ما يظهر فى المجالات .

منظرة عاجلة الى قائمة بعناوين المجالات فى الولايات المتحدة الامريكية نجد ان هناك مجلات للمرأة وللرجل ، للوقاية (Shelter) الازياء ، الرياضة ، الراى ، الاخبار ، الاعترافات ، الفكاهة ، والمجلات الاقتصادية والعقائدية والمطبوعات التجارية ، والمجلات المدرسية ، ومجلات الرواية العلمية ، ومجلات الشركات السنوية ، وقدر كبير من الكتابات التى تسمى مجلات وهى حوالى ٢٠ الف مجلة .

وفى مصر : نجد لدينا مع الفارق الكبير فى الكم والنوع — مجلات عامة وسياسية ودينية ورياضية وفنية وثقافية وأدبية ، واقتصادية ، ومجلات للمرأة وللطفل وللسيارات وللعمال وللمعلمين .

وبشكل عام يمكن القول بأن عمق المجالات وتنوعها يعطى صورة واضحة جذابة للمجتمع المعاصر ، ويحدد اهتمامات الناس ، وأذواقهم ، ومن خلال أرقام التوزيع وتحليل مضمون المجالات نجح بعض الانثروبولوجيين الاجتماعيين وعلماء المستقبلية (الدراسات التى تستطلع المستقبل) Futurology فى أن يرسموا بشكل دقيق عادى خلاصات ونقائج حول ثقافة هذا المجتمع وانسانيته (٢٧) .

ويمكن ان نحدد أبرز الوظائف التى تؤديها المجلة فى المجتمع فى النقاط التالية (٢٨) .

(١) تشارك المجلة - مع الجريدة - فى الدعوة للإصلاحات السياسية فى المجتمع .

(٢) لا تقوم المجلة بتفسير الاحداث والمسائل العامة فقط ، ولكنها تضع هذه الاحداث فى أبعادها الوطنية ، وربما كانت الجلسات مكمله لا منافسة لوسائل الاعلام الأخرى فى هذا المجال .

(٣) تساعد المجلة على تدعيم الاتجاهات الوطنية من أجل تكوين المواطن المتجانس كما تعمل المجلة على تدعيم الروابط الثقافية بين القراء .

(٤) زودت المجلة المصورة الملايين بوسيلة رخيصة للتسلية ، واحتلت المجلة خصوصاً - بعد احتوائها على المقالات المتنوعة والأخبار والتحقيقات فضلاً عن الصور - فى عادات القراءة مكان الكتاب بالنسبة للكثيرين .

(٥) المجلة معلم قليل التكاليف اذ تقدم للجمهور فى حياته اليومية الكثير ، فهى تعطى المشورة بالنسبة للأطفال المتخلفون فى دراستهم ، وتقدم النصائح بالنسبة للمشاكل المالية أو الزوجية وكيف يمكن ان يكون الزوجان أكثر تالفاً مثلاً ، وتوضح المجلة للناس كيف يزينون منازلهم وحدائقهم وكيف يعدون طعاماً رخيصاً وصحياً فى الوقت نفسه وهى تدل السيدات على كيفية العناية ببشرتهن وقوامهن وعلى آخر الأزياء والزينة وغير ذلك من أبواب المجلة ومحتوياتها .

(٦) المجلة معلم للجمهور فى مرانه الثقافى والحضارى فهى تعمل بمقالاتها وأخبارها الجيل الحاضر بالجيل الذى سبقه ، والمجلة تحيط قرائها بانجازات الشعوب الأخرى وصفاتهم وقصصهم وأنماط حياتهم . كما تذكر المجلة - عادة - تقارير عن الكتب الحديثة التى صدرت أو نبذ صغيرة عنها ، وكذلك عن المسرحيات والأفلام والاسطوانات

الموسيقية أى أنها تحت القارئ على أن يكتشف وتتقصى مصادر أخرى من المعلومات .

ويمكن فى النهاية القول ان احدى مميزات المجلة الكبيرة هى فى تقديمها لالوان مختلفة من المعلومات والتسلية ، محاولة من خلالها أن ترضى اذواق قطاعات كثيرة من القراء .

نظام تخطيط اصدار مجلة

المجلة بالنسبة للمحرر الصحفي هي : مضمون صحفي متخصص
— في حالة المجلة المتخصصة — وعام منوع في حالة المجلة العامة — بترجم
ويعبر بسرعة عنه في قوالب أو أشكال فنية أو صحفية « قد تكون قصة
خبرية ، أو مقالا افتتاحيا ، أو دراسة صحفية « أو ربما شكلا كاريكاتوريا
ساخرا .

وهي في نظر المخرج الصحفي : مجموعة من الصفحات ، لها غلاف ،
وقائمة محتويات وتبويب معين ، يشمل في داخله صفحات تضم كل منها
عنوانا ومقدمة ومقتنا وصورا ورسوما ومساحات بيضاء واللوان .

أما بالنسبة للطابع : فهي عبارة عن سطح طابع وحبر وورق
موضوع بعناية ونظام معين على أسطوانات تدار بشكل يختلف حسب
نوع الطباعة .

وبالنسبة لرجل الادارة أو المنظم المجلة هي : مشروع اقتصادي
ذو طبيعة خاصة « — يملئها هدف الاصدار وهو أداء هدف أو دور اعلامي
الى جانب تحقيق الربح — ، أي انها فكرة معينة قابلة للتطبيق لتحقيق
أهداف معينة بأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن ، أو هي موارد نادرة يجب
تخصيصها بطريقة مثالية لتحقيق الاهداف بأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن .

لذلك نجد أن مشروع اصدار مجلة جديدة أو تعديل خطة مجلة قائمة
هو عبارة عن مجموعة من الأنشطة المتشابكة المترابطة التي تهدف الى
استغلال الموارد المتاحة بشريا واقتصاديا وتكنولوجيا للحصول على منافع
معينة ، أي أن مجموعة من أنشطة تنفق عليها أموال معينة ومجموعة من
البشر يعملون في علاقات ترابط معينة لانجاز أهداف مشتركة ، ويتم فيه
عمليات تخطيطية وتمويلية وتنفيذية وله نقطة بداية ونقطة نهاية وذلك
بغية تحقيق هدف محدد في النهاية .

وتأسيسا على ما سبق يمكن اعتبار عملية التخطيط لاصدار مجلة
شكل من أشكال تخطيط المشروعات يشترك فيها كل أطراف انتاج المجلة :
من محررين الى طابعين الى فنيين ، الى رجال ادارة وتنظيم « وذلك بحكم
طبيعة المجلة كمشروع اقتصادي صناعي ذو طبيعة اعلامية .

ويهيمن على عملية التخطيط لاصدار المجلة رجال الادارة الصحفية،
وعملية التخطيط هذه في جوهرها لا تخرج من كونها عملية منظمة واعية
لاختيار احسن الحلول الممكنة للوصول الى أهداف معينة أو بعبارة أخرى
هي عملية ترقيب الاولويات في ضوء الامكانيات المادية والتكنولوجية
والبشرية المتاحة والهدف في النهاية هو الوصول الى الخطة الاساسية

للمشروع — وهو هنا اصدار المجلة — او وضع استراتيجيية العمل ■ اى وضع هذا التخطيط فى ضوء برنامج موقوت بمراحل وخطوات ونحدد زمانى ومكانى ، ويحدد الدكتور على رفاعه الانصارى اربعة عناصر رئيسية تدخل فى تكوين استراتيجيية العمل فى اى مشروع وهى :

ماذا يحتمل عمله Whot might do

ماذا تستطيع عمله Whot it could do

ماذا ترغب فى عمله What it Would do

ماذا يجب علينا عمله What we Should do

واذا نظرنا الى عملية التخطيط لاصدار المجلة كمشروع فى ضوء بحوث العمليات Operation Rerearch نجدها تكون فى داخلها نظاما او « مجموعة من العلاقات المرتبطة والاجزاء المتصلة ومتعلقاتها فى تفاعل متبادل ومتحد نحو هدف واحد » او « مجموعة من الاجزاء المرتبطة ببعضها البعض تمام الارتباط بحيث ان اى تغيير فى اى جزء لابد وان يؤثر فى باقى الاجزاء فلكل جزء هنا منطقة الخاص به والمنطق الخاص بكل جزء هو ان له دوره فى تحقيق الهدف النهائى ، فمنطق الاجزاء منطق تحقيق نتائج ، ومنطق الربط منطق تحقيق نتائج وليس مجرد تجميع تصورى او اعتبارى.

وبتحليل عملية التخطيط لاصدار المجلة كنظام ، نجده نظاما مفتوحا يسمح بالاخذ والعطاء مع بيئته ، ولهذا النظام حدوده ، وكل ما هو خارجه يمثل وسط هذا النظام وبيئته (٢) .

وخلال الصفحات القادمة سنقوم بعملية تحليل لنظام « التخطيط لاصدار المجلة » ، من خلال تحليل العلاقات المتبادلة بين اطرافه او عناصره الثلاثة : وهى المدخلات gnputo ■ والعملية Pwccm ، ثم المخرجات او النتائج Outputo

فعملية التخطيط لاصدار المجلة تتضمن كنظام ثلاثة ابعاد او اطراف تشمل :

اولا : المعطيات او المدخلات gnpul o وهى التحليل او الدراسة التفصيلية لجدوى مشروع اصدار المجلة .

ثانيا : العملية Process « أو التحرك التنفيذي ، وتتضمن اتخاذ مجموعة من القرارات الأساسية على المستوى التخطيطي « والتي تتعلق بالجوانب المختلفة للمشروع ، فاصدار المجلة يتضمن جوانب عدة : صحفية واقتصادية ، فنية ، وقانونية « وتنظيمية وبشرية أن عملية الاصدار تشكل نظاما جمعيا Macro ، يتكون بدوره من مجموعة من النظم التحتية أو الفرعية Sulrrtoms أو النظم الصغيرة Micra ، وهذه العملية تنتهى بأن يصدر المخطط لاصدار المجلة — وهو هنا رجل الادارة الصحفية الذى يهيمن على عملية التخطيط كلها — مجموعة من القرارات على مستويات متعددة وفي جوانب مختلفة تحريرية وفنية وفنية وبشرية وتنظيمية واقتصادية وأخيرا قانونية وذلك بعد دراسة البدائل المختلفة .

ثالثا : النتائج أو المخرجات Outputo وهى هنا الهدف أو النتيجة النهائية المطلوبة « وتتلخص فى وضع خطة أو جدول زمنى لتنفيذ المشروع .

وهدف الكاتب — هنا على المستوى النظرى الاكاديمى وفى هذا الجزء من الدراسة — هو محاولة التوصل الى مجموعة من المراحل أو المبادئ أو المعايير المترابطة المتناسقة مع بعضها البعض فى علاقاتها فى وضع محدد هو التخطيط لاصدار مجلة ، يمكن أن تصبح فى المستقبل نظاما تخطيطيا Planniny Ayrton يمكن تطبيقه على أى منتج صحفى يراد اصدار فى شكل مجلة .

البعد الاول فى عملية التخطيط لاصدار مجلة

التحليل او الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع

والهدف هو التحديد الحقيق والتفصيلى لجدوى مشروع اسدار المجلة من الناحية التسويقية والفنية والاقتصادية، والمقارنة بين البدائل المختلفة التى يمكن أن ينفذ بها المشروع .

وهذه البدائل قد تكون بدائل تحريرية أى فى أسلوب تحرير المجلة أو مظهرية ، فى أسلوب الاخراج والقطع ، أو بدائل تكنولوجية أى فى طريقة الانتاج ، أو فى نوعية المعدات ، أو بدائل فى موقع الانتاج أو فى نوعية المواد الأولية المستخدمة أو فى مصادر الحصول عليها .

وهنا يحتاج الامر الى تكاتف جهود أكثر من تخصص أثناء هذه الدراسة التى تتم فى إطار الخطة العامة لانشاء المجلة ويشارك فيها خبراء من أكثر من تخصص بينهم الصحفى والادارى والاقتصادى والمحاسب والمهندس ورجل الاعلان ورجل التوزيع أى أن الامر يتطلب تكوين مجموعة عمل أو فريق خبراء يرأسهم مدير المشروع .

وتشمل الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع الجوانب التالية (٣):

(١) تحديد مواصفات المنتج (المجلة) المزمع انتاجها (اسدارها) .

(٢) جمع معلومات من السوق وتشمل :

— معلومات عن حجم الطلب الداخلى والخارجى على المجلات الموجودة فى السوق الآن ، التى تصدر وقت اعداد الدراسة^٤ ، أى دراسة أرقام التوزيع .

— معلومات عن حجم الانتاج الحالى والمستقبلى (عدد المجلات الموجودة والمشروعات المعلن عنها لانشاء مجلات فى المستقبل) .

— معلومات عن الاسعار المحلية والعالمية (اسعار المجلات المصرية مثلا والعربية والاجنبية داخل البلد الذى ستصدر فيه المجلة وخارجه) .

— التنبؤ بالطلب فى المستقبل | تقدير الرقم المحتمل للتوزيع (.

— تحديد حجم انتاج المشروع المزمع انشاؤه (رقم الملبوع من النسخ فى اول عدد) .

— تحديد الخطوات اللازمة لكيفية الدخول في السوق الحالى مع توضيح سياسات التوزيع والاسعار المتوقعة ونظم البيع .

(٣) جمع معلومات عن التوايح الفنية :

— الطاقة العادية للمصنع (وهو في المجلة : الأقسام الفنية : الجمع — التوضيب — ورش الحفر — صالات المونتاج — الرتوش — التصوير — المطابع — التجلية) والطاقة العظمى ، والتخطيط الداخلى لهذه الأقسام الفنية .

— طريقة الطبع وخطواته ، والمكينات والمعدات اللازمة .

— العمالة المطلوب اعدادها ومستوياتها بما فيها الادارة (المحررون — المندوبون — رجال الاعلان — التوزيع — عمال المطابع — الجمع — الحفر — الرتوش الخ) .

(٤) متطلبات العملية الانتاجية :

— المواد الاولية ، والطاقة المحركة (مياه — بخار — كهرباء) .

— قطع الغيار ومصادرهما .

— أسلوب الانتاج وخصائصه المختلفة .

— المنتجات الجانبية واستخدامها (الورق الدشت ... كيف يتم التصرف فيه على سبيل المثال ؟) .

(٥) الانشاء :

— وضع العمليات الرئيسية اللازمة في جداول زمنية .

— وضع خطة تعيين العمال والموظفين وتدريبهم .

— المعرفة الفنية المطلوبة وكيفية الحصول عليها .

(٦) الموقع :

— تحديد الموقع المناسب لانشاء المجلة مع ذكر الخصائص التى توفرت في الموقع الذى تم اختياره .

(٧) معلومات مالية واقتصادية :

- أ - قيمة المبيعات السنوية المتوقعة (التوزيع) الخارجى .
- ب - مصروفات التشغيل : وتشمل المداو الاولية ، والعماله ، وفوائد الايجار والضرائب .
- ج - الربح قبل الضرائب : ويشمل الاحوال الثابتة ورأس المال العامل ومصروفات أخرى .
- د - الهيكل المالى المقترح : ويشمل حقوق الملكية ، وتسهيلات الموردين والقروض والتدفق النقدى .
- و - تحديد الربحية Profitability التجارية : وتتضمن دراسة نقطة التعادل والعائد على رأس المال الكلى ، العائد على حقوق الملكية ، صافى القيمة الحالية للعائد ، معدل الفاقد الداخلى ، وفترة الاسترداد .
- هـ - الربحية الاقتصادية : وتشمل تحليل التكلفة والعائد للمشروع وتحليل القيمة المضافة المباشرة ، وتأثير المشروع على هيكل الاجور وكذلك تحليل التكلفة والعائد الاجتماعى للمشروع .

(٨) اعادة تقويم التكاليف فى ضوء الاسعار الحقيقية :

وهكذا يتم تقويم فكرة مشروع اصدار المجلة، ودراسة الجدول الاقتصادية والفنية والتسويقية والمالية ، ومن ثم تعريف العمليات وتحديد مستلزمات الاعمال inputs (او المدخلات) ومصادر البديلة sources ونتائجها outputs (او المخرجات) واستخداماتها uses . ثم مقارنة المصادر واستخدامات المدخلات والمستلزمات بالنتائج ، بما يحقق قدرا من الرقابة على الضياع والاسراف وتحسين الكفاءة للتشغيل ، وأخيرا قياس التفاعلات بين المشروع والظروف المحيطة به واعتباره خلية اقتصادية اجتماعية من خلايا المجتمع (٤) .

البعد الثانى : فى عملية التخطيط لاصدار مجلة اتخاذ القرارات الاساسية التى تتعلق بالجوانب المختلفة للمشروع

اولا : قرارات على المستوى التحريرى

وهى قرارات يتخذها المخطط لانشاء المجلة ، وتتحكم — بعد ذلك —
فى أسلوب نصوير المجلة ، وتعد بمثابة الدستور الدائم أو المرشد الذى يوجه
عمل محرريها بدءا من رئيس التحرير حتى أحدث مندوب أو محرر يدخل
المجلة وتتعلق بجانبين : اختيار صيغة المجلة Magazine formula
وضع السياسة التحريرية الاساسية Basic editoial policy

(١) اختيار صيغة المجلة

أى تخطيط لاصدار مجلة « ينبغى أن يكون فى إطار « صيغة » محددة،
ويمكن تعريف الصيغة formula بأنها : ذلك التصور المنظم للمجلة الذى
يوضع بواسطة المسئولين عنها ، ويترجم الى مادة مكتوبة ومصورة «
ورسوم وأفكار اعلانية ، وكل ناشرى المجلات يسرون شعوريا أو
لاشعوريا على صيغة (٥) .

وكلما كانت المجلة ناجحة ومنظمة ومعدة بشكل جيد دل ذلك على أنها
مؤلفة على أساس صيغة محددة ، وهذا التصور يكون جزءا من عملية
تجارية علمية ، وقد يكون هذا التصور ناضجا أو غير ناضج « تقديميا أو
متخلفا ، ولكنه يعتمد على الهدف المختار أو فاعليته فى تحقيق هذا الهدف ،
وتأسيسا على ما تقدم نجد أنه على المجلة ادارة وتحرير قبل أن تبدأ فى
شراء الموضوعات التحريرية من (المصاحفين) الكتاب الخارجيين ، أو
تكليف محرريها بمهام ، أو التخطيط العام للظهور التبيوغرافى أن تحدد الصيغة
التي سوف تسير عليها . وكلما كانت الصيغة أكثر أفضالة ولكن بشعبية
كانت المجلة أنجح من الناحية التسويقية (التوزيع) ، ولكن الصيغة الاصلية
قد لا تكون شعبية ، ولهذا قد لا تنجح بسبب عدم استعداد الطابع لترجمة
هذه لصيغة بشكل جيد الى مطبوع لأسباب تتعلق بالآلات الطباعة أو النفقات
ويحدد عميد أساتذة فن المجلة فى الولايات المتحدة الامريكية رونالدى ولسلى
عدة صيغ للمجلة — ثبت نجاحها وأصبحت قاعدة تسير عليها معظم المجلات
فى الولايات المتحدة وهى صيغة الـ Reader's digest وصيغة الـ Time
وصيغة الـ T.V. guide وصيغة الـ life (٦) وقد ثبت نجاح هذه الصيغ
وأصبحت قاعدة تسير عليها معظم المجلات ليس فى الولايات المتحدة
وحدها ، بل فى العالم كله .

١ — صيغة الـ Reader's Digest

وتعود الى مجلة الـ Reader's Digest الامريكية التى صدرت فى
فبراير عام ١٩١٢ على يد دى . ويت . والاس وزوجته ليلا ا سيشون .

وكانت فكرة إصدارها تقوم على أساس « أن الناس يريدون أن يعلموا بشكل جيد وأن يحصلوا على المعلومات ، ولكن ليس لكل قارئ ، الوقت أو النقود التي تمكنه من الجرى وراء المادة ذات الاهتمام الدائم في بطون مئات المجلات التي تصدر شهريا .

وكانت خطة دى . ويت . والاس وليلا سيشون تتركز في البحث عن المقالات ذات القيمة وتركيزها — بعد هضمها — للقراءة الجيدة ، وجمعها في مطبوع يمكن حمله في اليد والاحتفاظ به ووضعها في الجيب ، وبعد تجارب وتجارب كبيرة صدر العدد الاول في ٥ آلاف نسخة ، في حجم الجيب .

كانت المجلة في البداية موجهة الى المرأة ، بعد ذلك اضافها الرجال الى جمهورها ، ثم تطورت بعد ذلك حتى وصلت الى الصيغة التي جسات الـ واحدة من أنجح المجلات في النارسخ ، وحددت المجلة معايير ثلاثة لاختيار موضوعاتها :

الاول : القابلية للتطبيق Applicability وهي أن يشعر القارئ أن الموضوع يعنيه ويمكن أن يفيد في حياته العملية .

والثاني : الاهتمام الدائم Lasting interest وتعنى أن المقال المنشور ينبغي أن يستحق القراءة لعام قادم .

والثالث البنائية Constructivism التي قادت المجلة الى أن تقوم جانباً بالمقالات التي تعكس الهزيمة ، وتعنى فقد بالمقالات التي تمتلئ بالتفاؤل والنجاح والاعمال الأدبية (٧) .

ونجحت المجلة نجاحا مذهلا محليا وعالميا ، استمر حتى اليوم ، وفي عام ١٩٥٨ كانت تصدر ٣٠ طبعة في ١٣ لغة ، للتوزيع في أكثر من ١٠٠ دولة ، طبعات انجليزية مختلفة لكل من الولايات المتحدة ، بريطانيا العظمى وكندا وأستراليا ونيوزيلندا ، ودول أخرى في الكومنولث البريداني ، وكان لها أيضا طبعات مختلفة باللغة الفرنسية : لفرنسا وبلجيكا وسويسرا وكندا .

والطبعات الباقية باللغات : الاسبانية والبرتغالية والسويدية والفنلندية والهولندية والدنماركية والنرويجية والعربية والمانسة التي كانت توزع طبعاتها في ٥٨ عاصمة ، والايطالية في ٨٦ عاصمة ، والاسبانية في ٧١ عاصمة ، وكان توزيعها الكلي عام ١٩٥٨ (حاملا توزيع ما وراء البحار) يبلغ ٨٨ مليون نسخة شهريا .

وكل طبعة من الطبعات الخارجية نجد في عنوانها : الكلمات مختارات « من الـ Reader's Digest أو ما يعادلها ، ول مقال يظهر في هذه الطبعات « يكون قد ظهر أولا في طبعة أخيرة أو ماضية من الـ Reader's Digest الام التي تصدر في الولايات المتحدة الامريكية ، ولكن ليس كل مقال يطبع في المجلة الام يعاد نشره في الطبعات الخارجية وقد أصبحت هذه المرونة في المحتويات واحدة من المزايا التي تتسم بها هذه المجلة وسرا من أسرار استمرار اتصالها الدائم بقرائها أو جمهورها العالمي .

وفي عام ١٩٦٨ ظهرت المجلة بـ ١٣ لغة ، وفي ٣٠ طبعة أساسية مختلفة ، و ٥١ طبعة محلية توزع أكثر من ٢٨ مليون نسخة شهريا من بينها ١٧ مليون نسخة في الولايات المتحدة الامريكية (٨)

والجدول التالي يوضح توزيع مجلة الـ Reader's Digest

٢٨١٢٢ر٠٠٠ مليون نسخة في ١٣ لغة أو عنوان مختلف :

اللسة	عنوان الطبعة	عدد الطبعات	رقم التوزيع
الفرنسية	Rcader's Digest	٨	٢٠ر١٧٧ر٠٠٠
الاسبانية	Selection du Reader's Digest	٤	١ر٤٠٥ر٠٠٠
	Selezione del Reader's Digest	٦	١ر٣٩٥ر٠٠٠
	Selecoes do Reader's Digest	١	١ر٣٩٥ر٠٠٠
	Das Beste aus Reader's Digest	٦	٣٨٠ر٠٠٠
	Het Best uit	٢	٣٥٠ر٠٠٠
	Selezione dal Reader's Digest	١	٦٧٥ر٠٠٠
الانجليزية			
الاطاطلية	Valitat palat koonnut	١	١٦٥ر٠٠٠
الفلمدية	Reader's Digest	١	١٧٥ر٠٠٠
الدانماركية	Det Bedste fra Reader's Digest	١	٢٠٠ر٠٠٠
النرويجية	Det Beste fra Reader's Digest	١	٣٥٥ر٠٠٠
السويدية	Det Basta ur Reader's Digest	١	١٥٠ر٠٠٠
اليابانية	Reader's Digest	١	
الصينية	Reader's Digest		

٢٨١٢٢ر٠٠٠ ٣٠ ١٣ مليون طبعة بـ ١٣ لغة

* مجموع لغات الفلمنج : هي اللغات التي يتحدث سكان الدول الاسكندنافية .

ويعد نجاح هذه المجلة ظهر كثير من المقلدين لها ، في الشكل العام وهو حجم الجيب Pocket size ، في أسلوب التحرير والاختصار المضغوط لما ينشر في المجلات ، ولكن التقليد انصب على الشكل فقط واسلوب التحرير ، مع الاختلاف في المضمون الذي مال الى التخصص : مثل الـ Science Digest ، والـ Catholic Digest وبعد الحرب العالمية الثانية ، editorial ، Omnibook ، Book Digest ، Children's Digest ، كذلك صدر في الاتحاد السوفيتي مجلة Sputnik وعشرات غيرها ، بعضها توقف ، وما زال بعضها الآخر مستمر في الصدور (٩) .

٢ - صيغة الـ Time

أدرك كل من هنري لوس وبريتون هادن ان الأمريكيين لا يريدون طرائف ومقالات فقط ، لكن يريدون أيضا أخبارا مركزة ، في مطبوعات مديدة ، تقرا في قراءات مفصلة ، تحتوي على مرض عام لما حدث . وفي ٣٠ ديسمبر عام ١٩٢٢ صدر العدد الاول من مجلة ، كمحاولة لترجمة تصورهم هذا ، وتميز أسلوب تحرير المجلة بصياغة الاخبار بطريقة تجعل الاخبار الراكدة تبدو طازجة ، واضافا بعد ذلك تغليظة أصيلة لكل حدث جديد (١٠) .

ونجحت المجلة ونجحت الصيغة التي قامت عليها ، واصبحت قاعدة في عالم المجلات ، وظهر المقلدون لها ، فتوماس جون كارل مارتين محرر الشئون الخارجية الاول لمجلة Time استقال منها ، واسس على النمط نفسه مجلة News Week عام ١٩٣٧ وكان لها حجم الـ Time نفسه وقسمت الاخبار الى أقسام مشابهة ، وكانت تغطيتها أكثر موضوعية ، ونشرت أعمدة عديدة موقعة ، كما صدرت بعض المجلات الاخبارية News Magazines الأخرى المشابهة مثل مجلة

U.S. News and World Report, Business Week

وحاولت هذه المجلات ان تجدد في هذه الصيغة - صيغة المجلة الاخبارية - التي حددتها الـ Time لنفسها ، لتعطي لها شخصية مميزة ، عن طريق تغطية انواع معينة من الاحداث ، وعدم ابراز تقسيم المجلة الى أبواب أو أجزاء Departmentalization ، ونشر الموضوعات الطويلة العميقة ، وتجنب كل من News Week و U.S. News and World Report ان تحرر الاخبار بطريقة مشابهة لتحرير مجلة الـ Time (١١) .

٣ - صيغة الـ T.V. Guide

في عام ١٩٤٨ أسس لي وينجز مجلة الـ T.V. Guide مستهدفا بها جمهور مدينة نيويورك ، ولكنها وزعت بعد ذلك على الصعيد القومي ، وبعد أقل من عامين من انتقال ملكيتها الى والتر - عام ١٩٥٣ - أصبح لها ٢٧ طبعة مختلفة وبتوزيع تعدى المليونى نسخة .

وفي عام ١٩٦٢ أعلنت أنها المجلة الاسبوعية الاولى التى تحقق توزيعها يبلغ ٨ مليون نسخة وزادت طبعاتها الاقليمية الى ٧٠ طبعة (١٢). وقد استفاد محرروا الـ T.V. Guide من الانتشار السريع للتلفزيون فى المنزل الأمريكى « ووصل توزيعها عام ١٩٦٧ الى ١٣ مليون نسخة ، على الرغم من ان محتواها الاساسى كان برامج التلفزيون الا ان رؤساء تحريرها وجدوا انه ينبغي اعطاء القراء محتوى آخر غير البرامج بضم الفكاهة والمقالات والتحقيقات والصور والرسائل والافتتاحيات واخبار النجوم « والمواد الشارحة واكثر من ذلك كان عليهم ان يجعلوا المحتوى الاساسى للمجلة متنوعا وينشروا نسخا كثيرة منها بقدر ما يستطيعون (١٣) .

ونجحت هذه الصيغة بشكل كبير « حتى بعد ان نشرت معظم الجرائد ابوابا مشابهة للاذاعة والتلفزيون فى اعدادها اليومية او ملاحقها الاسبوعية . فعلى الاقل هناك حوالى ١٢ مجلة تقوم على الصيغة نفسها لمجلة الـ T.V. Guide فى نشرها لقوائم برامج التلفزيون ، ومقالات عن الشخصيات التلفزيونية « التى انطلقت فى نهاية الاربعينيات وبداية الخمسينات اذكر منها :

T.V. Show Parade, T.V. fore cast و T.V. Index و T.V. Prevuc
T.V. fan و T.V. People وغيرها (١٤) .

١ - صيغة الـ Life :

وادرك هنرى لوس ، احد مؤسسى مجلة Time ، انه بالاضافة الى ما سبق ان الامريكيين يحبون صفحات الصور فى الجرائد ، والى جانب القصص الاخبارية والاستطلاعات المصورة ، لذلك قرر ان ينشئ مجلة تقدم شرحا او تلخيصا مصورا للاخبار A Picture digest of the news وبعد عدة تجارب ودراسات اختار للمجلة اسما هو Life دفع قيه ٥٠ ألف دولار ، لورثة مجلة فكاهية راحلة كان لها هذا الاسم نفسه . كذلك اختار الحجم الاكبر ليكون اكثر تأثيرا فى عرض الصور ، واصدر هنرى لوس مجلة Life عام ١٩٣٦ ، وتركزت الاشكال الصحفية فيها فى ثلاثة : الموضوعات المصورة feature pictures والمقالات المردية illustrated long range material

الطويلة narrative Pictures ثم اصدار لوس بعد ذلك مجلة Sports Illustrated عام ١٩٠٤ بنفس الصيغة ، ولكن بتخصص ادق .

وكتنوع لصيغة Life صدرت مجلة Look عام ١٩٣٧ ، فقد خططت المجلتان للصدور معا ، وكان هنرى لوس احد - المستثمرين فى مجلة Look التى اعتقد ناشرها جارديزكوك انهما غير متنافستين ، على

الرغم من أن كليهما كان يؤمن بأهمية الصورة ، ولكن المجلتين اختلفا في أسلوب الصورة ومغزاها وتوظيفها .

فصاحب مجلة Life ، هنرى لوس ، فضل الصور التى تنتقل اخبارا أو معلومات بينما فضل صاحب Ebony الصور الجمالية الجيدة من حيث المظهر والالوان .

وطبعت Life ، التى صدرت اسبوعيا ، على ورق رخيص بطريقة الطباعة الغائرة وأبرزت الاخبار والمجالات المتنوعة : كالفنون والثقافة والعلوم وخاصة الافكار الموسمية .

أما Look فقد صدرت فى البداية شهرية ، وبعد أربعة أعداد أصبحت أسبوعية ، وطبعت بطريقة نفسها وحرصت على نشر دراسة درجة التغطية الجغرافية التى تحققها المجلة أو المجالات الصور المثيرة والمشرقة وصور الشخصيات والبيئة بما فيها من حيوانات وأماكن وبلاد عديدة ، وكذلك الازياء واستعملت الصور فى أبواب الالغاز والمسابقات . وعلى غرارها صدرت مجلة Ebony بعد ذلك (١٥) .

كانت هذه هى صيغ المجلة التى استقرت وعاشت ، والى جانبها نجد صيغا أخرى لم تعيش كما فى حالة مجلة The Elude ، التى استمرت لما يقرب من ٧٥ سنة كانت فيها مجلة ناجحة لدرسى الموسيقى وطلابها ، بمنابة دروس خاصة ، وافادت دارس الموسيقى فى المدارس والمعاهد والاكاديميات ولكن محتوياتها لم تتكيف بشكل كافى مع ظروف البيئة الجديدة ، كما نجد صيغا أخرى لم تعيش بسبب التقليد الحر فى الصيغ قديمة راسخة لأن السوق لا يحتل مجلتين متشابهتين بالشكل نفسه مثل مجلة U.S.A. One المخصصة لتفسير الاخبار التى تشابهت مع مجلة Playboy ، ومجلة Better Living التى سعت للتنافس مع مجلة Family Circle ، وكذلك مجلة Every woman التى سعت للتنافس مع مجلة Woman's Day ، لذلك فشلت Every woman واندمجت Better Living بعد فترة مع Family cicle

وفى نهاية الخمسينات وبداية الستينات ظهر أن الفشل فى تكيف بعض صيغ — المجلة — مع الزمن قد تسبب فى وضع نهاية لثلاث من أشهر وأعظم المجلات التى أصدرتها دار النشر الامريكية CCurtis Publishing Company و America Home و The Sunde Post و Ladies Home Journal

ونهاية هذه المجلات الثلاث لم تكن بسبب « اقتناص » التليفزيون لاعلاناتها ومن ثم فقدانها موردا أساسيا لها ، لكن الذى عجل بالنهاية هو

المنافسة مع الصيغ الاصلية التى — قلقتها مثل
Better Homes and Gardens, M.C., Calls
مع عصر التلفزيون .

واضطرت دار Curtis Publishing Company الى أن تغير في
صيغ مجلاتها في تحريرها وأسلوب اخراجها وحتى في الاعلانات المنشورة
بها . مما جعل القراء يضجون بالشكوى والانتقاد . فأدخلت تفسيرات
أخرى في المظهر والمحتوى مرة ثانية ، وأصبحت أكثر محافظة ، وبدأت
محاولات كثيرة للانقاذ مثل : تخفيض عدد العاملين وتخفيض عدد النسخ
المطبوعة ، حتى كانت نهاية المجلات الثلاث في يناير عام ١٩٦٩ (١٦) .

كانت هذه هى صيغ المجلة الاربع التى وضعها رونالد . ي . ولسلى
— بالنسبة للمجلة العامة وعاشت وازدهرت كصيغ أصلية مع بعض
النماذج للصيغ الأخرى التى لم تعيش بسبب عدم أصالتها أو ميلها
للقول الحرفى .

نحر « صيغ » عربية للمجلة ؟

خلال ما يزيد على قرن ونصف مرت على الصحافة المصرية —
والعربية — ، منذ صدور العدد الاول من الوقائع المصرية عام ١٨٢٨ حتى
الآن ، هل اتضحت « صيغ » محددة ناجحة ومميزة وأصيلة . ثبت نجاحها
بحيث يمكن الاعتماد عليها لإصدار أى مجلة — بشكل عام — ومجلة عامة
— لأنها موضوع الدراسة هنا — على وجه خاص ؟

أستطيع أن أقول انه خلال عمر الصحافة العربية ، اذا تتبعنا تاريخ
المجلة تحريراً واخراجاً ومضمونها ، يمكن أن نضع أيدينا على أربع صيغ
رئيسية ، تستطيع أن تقف في مقابل الصيغ الاربع الرئيسية التى توصل
اليها خبر المجلات وأستاذ الصحافة الأمريكى رونالد . ي . ولسلى .

والصيغ «العربية» الاربع للمجلة — من وجهة نظرى — التى يمكن
أن يسير عليها أى مخطط لإصدار مجلة عامة في العالم العربى هى :

١ — صيغة : « الحوادث » :

وهى مجلة لبنانية من القطع الكبير أسسها لطف الله خلف عام
١٩١١ . ولكنها برزت في الستينات والسبعينات كمجلة سياسية عندما
تولى رئاسة تحريرها سليم اللوزى ، تتميز صيغتها الصحفية بالجمع بين
الحصول على سبق الأخبار والتغطية الاخبارية المتعمقة التى تعتمد
على شبكة كبيرة من المراسلين في العالم العربى والخارجى الى جانب

المقال السياسى التحليلى العميق ، بالإضافة الى الابواب الثابتة المتخصصة
المنوعة فى مضمونها .

اى انها مجلة اخبارية سياسية ، وعلى هذه الصيغة نفسها نجد
كثيرا من المجلات الجديدة ، أو نجد بعض المجلات القديمة تجدد من صيغها
لتناسب هذه الصيغة أو تتخذها مثل : « اليقظة » الكويتية و « المجاهد »
الجزائرية و « بيروت المساء » و « الاسبوع العربى » و « الديار » اللبنانية
واخيرا « اكتوبر » المصرية .

٢ — صيغة « روز اليوسف » :

ترجع الى مجلة « روزاليوسف » التى انشأتها السيدة : فاطمة
اليوسف الشهيرة بروزاليوسف عام ١٩٣٥ ، معتمدة على المقال السياسى
النقدى الساخر والحملات الصحفية اللازمة ، التى توظف كل فنون
التحرير الصحفى من أجل هد فمحدد ، وتصاحب هذه الموضوعات
الرسوم النقدية والساخرة كبديل عن الصور الفوتوغرافية ، وعلى نهجها
سارت مجلات عربية كثيرة أبرزها « الصياد » التى أسسها سعيد فريجة
عام ١٩٤١ .

٣ — صيغة « المصور » :

وتعود الى مجلة المصور التى أسسها عام ١٩٢٤ الاخوان أميل
وشكرى زيدان — ابنا مؤسسى دار الهلال جورجى زيدان — كمجلة
سياسية اجتماعية مصورة ، تعتمد على التحقيقات المصورة ، التى تعتبر
الصورة فيها هى الأساس ويأتى المتن بعد ذلك عاملا مساعدا .

واشتهرت المصور بصورها الفوتوغرافية ، النقدية السياسية خلال
الثلاثينات والاربعينات ، وعلى غرارها أو بصفتها نفسها سارت مجلة
آخر ساعة عام ١٩٤٤ ، بعد انتقال ملكيتها الى مصطفى أمين وعلى أمين ،
من مؤسسها محمد التابعى ، الذى أصدرها عام ١٩٣٤ متخذة صيغة
روزاليوسف — الذى بدأ كاتبها بها — ولكن مصطفى أمين وعلى أمين ،
جعلها مجلة اجتماعية سياسية مصورة على غرار
الأمريكتين ، والمصور المصرية .

٤ — صيغة « الهلال » :

الهلال أقدم مجلة مصرية تصدر حتى الآن ، أسسها جورجى زيدان
عام ١٨٩٢ بعد تأسيسه دار الهلال فى العام نفسه ، وعمرت بالمقالات
التي تتناول نواحي اجتماعية وأخلاقية وفلسفية وعلمية وتصف أشهر

الحوادث عدا الابواب ، التى تروى فيها اخبار العلم والصناعة وتاريخ الشرق ، وتدبير المنزل ، والتقرير والانتقاد والمطبوعات الحديثة ، وكان من أهم ابوابها عظماء الرجال متنوعة فيه بين المفكرين والادباء والفنانين والساسة شرقيين وغربيين ، وغالبا ما كانت تردف المترجم بمقال فى موضوع شهرته ، فأميل زولا يتبعه مقال عن تاريخ الروايات وأصلها ، وعبد الحامولى يتبعه مقال عن الموسيقى العربية (١٧) .

أى أنها كانت مجلة ثقافية — بالمفهوم الشامل للثقافة — خزانة للمعارف والفنون والآداب ، المكتوبة والمبسطة بشكل أدبى فى البداية يلائم أسلوب الصحافة وقت صدورها ، ثم تطور هذا الأسلوب بتطور الصحافة .

وبالصيغة نفسها — وبتعديلات طفيفة — صدرت عشرات المجلات الثقافية ، « كالثقافة » لأحمد أمين ، و « الرسالة » لأحمد الزيات ، و « العربى » الكويتية التى رأس تحريرها الدكتور أحمد زكى الملقب بشيخ العربى ، و « الدوحة » القطرية ، و « الثقافة » المصرية لعبد العزيز الدسوقي ، و « الفيصل » السعودية ، و « الفكر » التونسية . . وغيرها

كيف نحدد أو نختار صيغة المجلة ؟

بعد الاطلاع على الصيغ المختلفة للمجلة عالميا وعربيا ومحليا ، يمكن للشخص أو الهيئة أو المجموعة التى تقوم بالتخطيط لإصدار مجلة جديدة أن يهتدى أو يحدد أو يختار صيغة مناسبة لها ، من خلال دراسة عدد من المتغيرات الأساسية المختلفة فى أبعادها والمرتبطة جميعها بعملية إصدار المجلة وهى :

أولا : غرض المجلة من الصدور : أو لماذا يجب أن تصدر ؟ هل بغرض تحقيق ربح مادي لناشرها ، عن طريق جلب اعلانات جيدة ورقم توزيع مرتفع ، أم خدمة قرائها وتقديم مضمون صحفى جيد ، سواء كان محايدا ، أم لخدمة جهة سياسية معينة ، أو حزب سياسى ، أو منظمة معينة ، وغيرها من الاسباب والدوافع ، وغالبا ما تكون الدوافع ممتزجة ، ولكنها فى النهاية — بعد تحديدها — تلعب دورا هاما فى تحديد صيغة المجلة .

ثانيا : سوق المجلة : أو المجال الاقتصادى الذى تصدر فيه المجلة ، فمجلة تصدر فى مجتمع يعتمد على أسلوب الاقتصاد الحر (الرأسمالى) ، تختلف فى أسلوب التخطيط لها والإصدار عن مجلة تصدر فى مجتمع يعتمد على أسلوب الاقتصاد الموجه ، وكذلك الى جانب النظام الاقتصادى نجد المستوى للمجتمع الذى تصدر فيه المجلة يؤثر ، وهنا يمكن الاستفادة من بحوث التسويق Market Research

ثالثا : الصيغ الموجودة والتميزة على المخطط لإصدار المجلة ان يقوم بدراسة مقارنة على المجلات القائمة من حيث الصيغ الصحفية Formulas التى تتبعها وهل نجحت؟ والى أى درجة ، من الناحية الفنية والجماهيرية،

يمكن معرفة ذلك عن طريق دراسة أرقام توزيع هذه المجلات ويتم الحصول عليها من مكاتب التحقق من الانتشار A.B.C ، ومن أدلة التوزيع والاعلان التي تصدرها المجلات أو مراكز بحوث ودراسات السوق، وكذلك دراسات واستطلاعات القراء .

رابعاً : الافق الاقتصادي التمويلي : الوضع الاقتصادي للمجلة الآن وفي المستقبل « فميزانية المجلة ومواردها الحالية والمستقبلية تؤثر نظرتها الصحفية وتخطيطها وصيغتها الأساسية (١٩) .

خامساً : المجلات المنافسة : على المخطط لإصدار المجلة ، أن يتعرف على المجلات المنافسة ، ويقوم بدراسة كاملة لها من حيث الفن الصحفي بكل جوانبه من تحرير بأبعاده الأربعة المحرر والمضمون والشكل الصحفي والعادي « والاخراج والطباعة ، والاعلان والتوزيع ، والادارة (٢٠)

ويمكن للمخطط لإصدار المجلة الاستفادة بدراسات « مع وسائل الاعلام » وهي نوع الدراسات التي تستهدف التعرف على شخصية وسائل الاعلام من الجوانب المختلفة ويمكن أن تغطي الجوانب التالية التي توفر للمخطط معلومات مفصلة عن :

١ — أرقام التوزيع الخاصة بكل مجلة ، وتطورها ، وتقسيماتها المختلفة من ناحية التوزيع الجغرافي والاقليمي .

٢ — متوسط عدد قراء النسخة الواحدة من كل مجلة ، ودراسة هذه المتوسطات تاريخياً ، ومن الناحية الجغرافية والاقليمية .

٣ — دراسة معدلات التداخل والازدواج بين الوسائل الاعلامية التي تصل الى قارئ المجلة بعضها البعض .

دراسة درجة التغطية الجغرافية التي تحققها المجلة موضع الدراسة في الداخل والخارج .

٥ — دراسة الجوانب الفنية والانتاجية والتكنولوجية في المجلة أو المجلات موضع الدراسة ، ومدى الاستفادة من هذه الجوانب في تحرير واخراج المواد الصحفية المختلفة وطباعتها في المجلة .

٦ — دراسة الجو النفسي الذي تهيئه المجلة أو المجلات موضع الدراسة، مما يؤدي الى تقبل الافكار والمعلومات والاتجاهات التي تتضمنها المادة الاعلامية المنشورة .

٧ — دراسة مدى التأثير العقلي والوجداني الذي تحدثه المجلة أو المجلات موضع الدراسة لدى جمهور القراء ، والناشئ عن تكوين صورة ذهنية معينة لدى الجمهور عن هذه الوسيلة .

وتفيد مثل هذه الدراسات المسحية المخطط لاصدار المجلة في التعرف على شخصية المجلة أو المجلات موضع الدراسة ، ودراستها من جوانب متعددة ، كما تفيد المعلنين في اختيار افضل الوسائل الممكنة لنشر اعلاناتهم بها (٢١) .

سادسا : الجمهور المرتقب : على المخطط لاصدار المجلة اذا اراد ان يحقق غرضه الاساسي وهو اصدار مجلة تتفق مع اهتمامات جمهوره ، وتؤثر فيهم بالشكل الذي خطط له ، ان يحدد اولا وقبل كل شيء جمهوره ، ويتفهم احتياجاته ومصالحه وتطلعاته ، ثم يحاول ربط رسالته الاتصالية او انتاجه الاعلامي وهو هنا المجلة باحتياجات جمهوره وخصائصه ، ذلك انه ما لم يفكر المخطط لاصدار المجلة وكذلك كل العاملين في المجلة في كل جوانب الفن الصحفي بها بعقلية الشخص او الاشخاص الذين يحاول التأثير فيهم فرسالته لن تغفل فيهم ، ويصب نتاجه خارج الاطار المطلوب بعيدا عن تفكير جمهوره ومفاهيمه وعاداته الاتصالية ومخالفات لآماله ومخاوفه (٢٢) .

ويتسم جمهور المجلة بشكل عام ، بأنه محدد ومتخصص في جماعات معينة فكرية ، او عرقية ، او عمرية ، حسب تخصص المجلات ، بعكس جمهور الجرائد العام ، ويترتب على ذلك نوع من التجانس بين افراده مما يسهل مهمة المحرر في تحديد هدفه ، أي انه جمهور منقفي ويقرأ المجلة على مهل *at lairuse* لفترة قد تمتد اسبوعا في حالة المجلة الاسبوعية — مثلا — لذلك نجده يهتم بأسلوب الكاتب وروحه ومذاق كلماته الى جانب فكرة موضوعه ، أي انه يهتم بالشكل الى جانب الموضوع او المضمون ، ويرى البعض ان جمهور المجلة ، يكون أكثر تخصصا من جمهور الجريدة في مجال معين ، وأكثر ثقافة ، ويرى هؤلاء أن ثقافة جمهور الجرائد اليومية أفقية ، في حين أن ثقافة جمهور المجلة راسية متعمقة .

وعلى المخطط لاصدار المجلة ان يتعرف على جمهور قرائه المرتقبين من حيث : المستوى الاقتصادي او الوضع الاقتصادي للقراء كمشتريين للمجلة ، وللمنتجات المعلن عنها فيها ، او للمساحة المباعة للاستغلال الاعلاني ، وكذلك المستوى التعليمي لهؤلاء القراء ، ومواقفهم ، ومناخ الرأي داخل هذا الجمهور : او مزاجه بشكل عام لاي فكرة جديدة من الممكن ان يستجيب ، ومدى قبوله للجديد من عدمه .

وفي هذا الصدد يمكن الاستفادة ، من بحوث القراء Reader's Research أو بحوث جمهور وسائل الاتصال Audience Research التي يمكن تعريفها بأنها : « دراسة الأشخاص الذين يشترون ويقرأون المجلات ، أو الذين تتوجه اليهم المجلات ، وتهتم هذه البحوث بانتقاء القراء لمجلات معينة ، وردود فعلهم تجاه محتوى هذه المجلات » ووقت ومكان شراء هذه المجلات « وسمات هؤلاء القراء من حيث السن والجنس ودرجة التعليم « والمستوى الوظيفي ، وسمات أخرى .

وهناك أكثر من تقنية Technique لإجراء هذه البحوث منها على سبيل المثال :

١ — الاستقصاءات المرسلة بالبريد الى المشتركين
Mailed Questionnaires to Subscribers

٢ — عمل دراسات مسحية لمارسات القراء
Making Reader traffic surveys

والتي يسميها البعض دراسات « مسح جمهور وسائل الاعلام » (*) (٢٣)

التي تهتم بدراسة أنماط القراءة أو الاستماع أو المشاهدة وتفضيلات القراء أو المستمعين أو المشاهدين ، بالنسبة للمجلة يمكن من خلالها التعرف على :

- معدل شراء المجلات بانتظام .
- تفضيل شراء جريدة أو مجلة معينة .
- درجة الاشتراك بين المجلات من حيث اقبال القراء على شراء أكثر من مجلة .
- الموضوعات التحريرية التي تعجب القراء في المجلة .
- أسباب تفضيل موضوعات معينة .
- آراء القراء في المادة الاعلامية التي تنشرها المجلة .
- الكتاب والمحرون المفضلون لدى القراء ودرجات واسباب التفضيل .

(*) الدكتور سمير محمد حسين .

— عدد قراء النسخة الواحدة من المجلة .

— عادات قراءة المجلة .

— الوقت الذى يقضيه القراء فى قراءة المجلة .

— الاقتراحات التى يراها القراء كقيلة بتحسين وتطور المجلة (٢٤)

كما تهتم دراسات « مع جمهور وسائل الاعلام » بالتعرف على خصائص وسمات جمهور الوسيلة الاعلامية — كالمجلة مثلا — يحكم أنه يشكل مجتمعا لا يتسم بالتجانس الكامل ، لذلك تقوم بدراسة هذا الجمهور من حيث التقسيمات التالية :

— التقسيم حسب فئات السن .

— التقسيم حسب درجة التعليم .

— التقسيم حسب المهنة .

— التقسيم حسب القطاعات الوظيفية المختلفة .

— التقسيم حسب المناطق الجغرافية المختلفة (٢٥) .

والهدف هنا هو التعرف على الخصائص الاساسية التى يتميز بها جمهور القراء حتى تتمكن الوسيلة (المجلة) من تقديم نوع المادة الاعلامية التى تتناسب مع نوعيات هذا الجمهور ، أو تحاول اجراء بعض ،لتعديلات فى سياستها الاعلامية ، بهدف أحداث تغيير فى خصائص جمهورها نتيجة تغيير السياسة التحريرية لديها .

ومن أحدث تقنيات « الدراسات المسحية لممارسات القراء » استعمال مرايا ذات رؤية من اتجاه واحد one way Vision mirrors بواسطة بعض الباحثين لملاحظة كيفية قراءة المجلة واسلوب القارئ فى ذلك ، وبدون الاعلان من ذلك .

وكذلك عمل الدراسات المسحية عن جماعات ضابطة من القراء Survey of Controlled groups of Readers تجريبية تمتد على تعريض الجمهور لمواد تجريبية أو محتوى منشور ثم توجيه أسئلة اليهم من خلال استبيان مطبوع (٢٦) .

ويعد جورج جالوب Georg Gallup الأمريكي أول من ابتكر أسلوباً علمياً في دراسة الجمهور بشكل عام ، وفي دراسة جمهور المجلة خاصة فقد ابتكر في الثلاثينيات أسلوباً علمياً لقياس قراءة الصحف والمجلات عرف باسم « أسلوب التعرف » Recognition Method وقبله كانت المجلات تعتمد في دراستها لقراءتها على : الشكاوى التي يبعث بها الجمهور ، أو تطلب منهم إبداء رأيهم في موضوعاتها ، تقارير التوزيع ، وتتابع القراء الذين يرفضون تجديد اشتراكاتهم ، وتعرف سبب ذلك ، واعتمدت كذلك على الملاحظة ، المقابلات ، المسابقات المختلفة ، كتابة خطاب عن المواد الجذابة وغير الجذابة في المجلة ورصد جائزة لأفضل خطاب .

أما أسلوب جالوب فقد اعتمد على وضع علامة على المجلة « كل شيء قراءة الفرد يعلم عليه » ولكن أخذ على هذا الأسلوب احتياج كل فرد إلى نسخة ، وعدم دقة تنفيذ البحث ميدانياً .

وطور قسم الأبحاث في جامعة منيسوتا أساليب أكثر دقة وسهولة لتحديد اهتمامات القراء خلال الفترة من عام ١٩٤١ حتى عام ١٩٥٢ .

وجاءت مراكز التحقق من الانتشار (مراكز قياس التوزيع A.B.C Audit Bureau of circulation) لتوفر أول أرقام عن توزيع المجلات الأمريكية ، فقد توافرت لهذا المركز وسائل للحصول على إحصائيات جديرة بالثقة في عدد النسخ التي تباعها كل مجلة .

ولكن بعد فترة ظهر أن أرقام التوزيع لا تكفي لأن المجلة الواحدة يقرأها أكثر من فرد ، لذلك تم ابتكار أساليب لقياس عدد القراء بدلاً من حساب عدد النسخ التي تباع فقط ، ثم تصنيف القراء في مجموعات وفقاً لقراء كل نسخة .

وتتطور بحوث الجمهور أو بحوث القراء بعد ذلك إلى حد أن بعض الباحثين الأمريكيين في مجال « أبحاث المجلات » قد استخدموا المواد الكيميائية لقياس الزمن الذي بقيت فيه المجلة مفتوحة على صفحة معينة ، وتعرضت بهذا للضوء أكثر (٢٧) .

ومن أمثلة الدراسات التي أجريت على قراء المجلات في أمريكا :

— دراسة أعدتها مجلة News week بعنوان : « جمهور خمس مجلات »
« the Audience of five magazines »
غطت جمهور مجلات : Time , Saturday Evening Post , Life :
U.S. News and World Report و News week

وتركزت نتائجه حول : عدد القراء ، الانفاق الاعلاني بالدولار ، أهمية الموقع في شراء الاعلان والانتباه له ، دخول القراء ، السلع التي يفضلونها وغير ذلك من سمات الاقتصادية والنفسية .

— دراسة أجرتها شركة لمعرفة أي المجلات يقرأها طلبة الكليات في أمريكا بانتظام ، قامت هذه الدراسة بمسح للطلبة في ١٦٨ كلية، ضمت العينة ١٨٤٤ طالبا وطالبة ، استجاب منهم للدراسة ١٢٥٠ فقط بنسبة ٦٩٪ .

— كما نشرت مجلة Reader's Digest دراسة تضمها مع مجلات : Life و Post و Look و Woman's Day و Mc. call's . Ladics Home Journal و Sunset واستخدم في هذه الدراسة حوالي ٦٠ ألف استطلاع ميداني ، بهدف تحديد الفروق الإقليمية بين الاسر الأمريكية من حيث المستوى الاقتصادي والاجتماعي ، وعادات القراءة .

ويتسم البعض ، جمهور المجلة ، أو قارئها الى ستة أنواع ، وذلك من حيث طبيعة الشخصية ، والدراسات والبحوث التي أجريت على المجلة وقرائها في الولايات المتحدة الأمريكية (*) والانواع الستة هي (٢٨) .

النوع الاول : القارئ المحيط The Discomfitted Reader :

وسر احباط هذا القارئ أو تعاسته انه لم يعد يستطيع أن يستخدم المجلة كوسيلة للهروب من واقع الحياة ، أو أن هذه المجلة أو المجلات التي يقرأها قد سلكت طريقا آخر ، جديدا ، فأحبطت بعض قرائها القدامى ، وكسبت ولاء البعض الجديد وأخذ البعض الصورة البهيجة للمجلة التي عاش في ذهنه في الماضي ، مثل الجوانب السلبية في المجتمع ، وقلة المساحة المخصصة لمن يطالب بالاصلاح الثقافي ، ويزيد الامر سوءا توسع المجلة في عرض الانباء السيئة والعنيفة مثل : والانتقابات والمظاهرات والجرائم الدموية .

النوع الثاني : القارئ فاقد الثقة أو سييء الظن

The Mistrustful Reader :

وهو قارئ ليس مهتاج بطبعه ، أو يعاني من اضطرابات عقلية ، انه شخص شكاك . كثير القلق على ضميره الاجتماعي منه على مصالحه الاقتصادية ، فيضايقه كثيرا أن يجد في بريده — وهذا يحدث له طوال العام — عروضاً للاشتراك في مجلات بأسعار أقل من المجلة التي يشترك فيها منذ مدة ، ولم يحصل منها على أي فائدة رغم ولائه لها .

النوع الثالث : القارئ المتزعج The Annoyed Reader

وهذا النوع من القراء لا يزعجه عمليات البيع أو الاشتراك غير الاخلاقية في المجلة ، أو وجهات النظر السياسية التي لا يرضى عنها ، بل ان ما يزعجه هو أى سلوك غير سوى أو غير واضح تقوم به المجلة ، مثل كوبونات اعلانية داخل العدد ، ووضع الاعلانات الصغيرة وسط أى مادة صحفية جذابة ، ويضايقه صفحات الاعلان التي تتنكر في صورة مادة تحريرية .

النوع الرابع : القارئ المدهش The Bewildered Reader

وهو قارئ غير معتد ، بل مندهش أو مرتبك فقط ، يصاب بالدوار وهو يقرأ كل يوم عن أخبار انهيار بعض المجلات وتوقفها عن الصدور ، وميلاد مجلات أخرى ، بدون أن يجد تفسيراً لذلك ، هو انسان فشل في فهم العالم المحيط به ، المتغير بسرعة ، فكل يوم تظهر مجلات جديدة وتختفى بعد فترة رغم أنها تحقق أرباحاً ، أن عالم المجلة والصحافة بشكل عام ، غير واضح بالنسبة له ، مما يبعث على الحيرة

النوع الخامس : القارئ غير المكترث The Indifferent Reader

وهذا القارئ لا يقلق بسبب أخطاء المجلة ، أو اختفائها ، أو ظهورها أو اهتمامها بقضايا تافهة بدلاً من القضايا الاجتماعية المهمة ، فهو يعتبر المجلات مصادر للتسلية والامتع والترفيه ، وليست مصدراً للثقافة أو للحصول على الراى ، أى أنها وسيلة ترفيه تساهم في شغل وقت الفراغ عندما لا يكون هناك شيء ممتع في التلفزيون . لذلك نجد هذا النوع من القراء ينزعج من المقالات الفكرية العميقة ، وقد تكون المجلات العميقة الجادة بالنسبة لهذا النوع مصدراً أو وسيلة للزينة أو لادعاء الثقافة .

النوع السادس : القارئ الراضى The Satisfied Reader

وهو قارئ شديد الحماس لمجلته ، ويزيد من حماس جهازها التحريري بسبب شدة حماسه وولائه ، الذى يعبر عنه بشرائه للمجلة بانتظام ورسائله الى المحرر ، وهو في الوقت نفسه راضى عن النظام الاقتصادي للبلاد ، وهو محافظ بطبعه ولا يطالب بالثورة ولا حتى بالتغيير

من يعد بحوث القراء :

في بعض المجلات الكبرى تكون هناك أقسام خاصة للبحوث ، أو للتنمية أو للترويج ضمن أقسام المؤسسة الصحفية التي تصدر المجلة ، أما المجلات الأقل في الحجم أو الموارد أو التي لا تسمح مواردها بوجود هذه الاقسام فقد تعهد بها الى قسم للبحوث في ادارة التوزيع

أو الاعلان ■ وقد يعهد بها الى مكتب أو هيئة أو وكالة أو مركز للبحوث التسويحية أو لبحوث استطلاع الراى العام ، أو وكالة اعلان ■ أو أى جهة تخصص فى ذلك وهو ما سيعتمد عليه المحطط لاصدار المجلة .

بحوث القراء فى مصر :

وفى مصر لم تهتم المجلات المصرية حتى الان بانشاء أقسام للبحوث تتبع الجهاز التحريرى أو تستقل بنفسها داخل المؤسسة التى تصدر عنها المجلة ■ بل هى أقسام للبحوث التى تتعلق بالتوزيع أو الاعلان داخل ادارة التوزيع أو الاعلان ■ وهذه الاقسام المتخصصة فى البحوث لا تعدى مهمتها سوى التنبؤ بأرقام التوزيع المتوقعة للمجلة أو لمنافسيها ■ أو التخطيط للحملات الاعلانية ، أو توزيع مخصصات حملة اعلانية ما بالتشاور مع ادارة الاعلانات بالمجلة ■ ولكن لا تقوم ببحوث عن اهتمامات قرائها .

لذلك تعهد المجلات المصرية — وكذلك الجرائد والمؤسسات الصحفية العامة — الى جهات بحثية خارجية باجراء هذه البحوث لحسابها ■ قد تكون هذه الجهات داخل مصر أو خارجها : مثل بعض الوكالات الامريكية أو العالمية ، أو الوكالات والمكاتب والاساتذة المصريين ويظهر ذلك من تتبع بحوث القراء التى أجريت الان — بالنسبة للمجلة فقط — حتى الان فى مصر وهى :

— بحث اجراء الدكتور مصطفى حسنين زهير واشترك فيه مجموعة من طلبة البكالوريوس بكلية التجارة جامعة عين شمس عن قياس فعالية الاعلان ، واختار له مجلة ■ آخر ساعة ■ كوسيلة لنشر الاعلانات ، بسبب ما أبدته مؤسسة أخبار اليوم من استعداد للتعاون فى انجاز هذا البحث عن طريق امداد الباحث بالنسخ اللازمة من المجلة والمطبوعات الاخرى التى استلزمها العمل الميدانى (٢٩) .

— دراسة عن الصحف كما يراها المشترون والباعة أجراها المركز العربى للبحوث والادارة (آراك) عام ١٩٦٦ .

— دراسة أجراها المركز العربى للبحوث والادارة (آراك) عن خصائص مشترى الجرائد والمجلات فى جمهورية مصر العربية ، شمل جرائد : « الاهرام » ، « الاخبار » ، « الجمهورية » ، الاعداد الاسبوعية (*) « روزاليوسف » ، وذلك لحساب دار أخبار اليوم عام ١٩٧٦ .

(*) الاعداد الاسبوعية : هى « أهرام الجمعة » ، « جمهورية الخميس » .

— دراسة أجراها مكتب الشرق الاوسط لبحاث التسويق
M.E.M.R.B (**) على وسائل الاعلام في الشرق الاوسط
Middle East Media Study شملت : الى جانب الراديو والتلفزيون
الجرائد اليومية ، والمطبوعات الاسبوعية ونصف الشهرية ، المطبوعات
الشهرية والبديلة للشهرية ، والمطبوعات ربع السنوية وغيرها ، في
خمس دول هي : الكويت ، السعودية ، مصر ، ايران ، عام ١٩٧٧ ،
وحصلت بعض مؤسساتنا الصحفية على نسخ منها نظير دفع مبلغ معين .

— دراسة اشرف عليها الدكتور محمد علي العويني عن « مشاكل
الاعلام الشبابي : دراسة نظرية وتطبيقية » حيث حلل جمهور وسائل
الاتصال في مصر من خلال عينة من الشباب واتجاهاتهم نحو الراديو
العامة للتخطيط والبحوث والاحصاء بجهاز الشباب التابع للمجلس القومي
للشباب والرياضة ، وشارك فيها باحثون شبان من جامعة القاهرة ،
عام ١٩٧٨ (٣٠) .

— دراسة أجراها مكتب الاشرق الاوسط لبحاث التسويق
Middle East Marketing Research Bureau Interteam Mc, cann
Erickson

ببيروت (وهو أحد خمسة مكاتب لمؤسسة بحوث
Interteam Mc. Cann Erickson
والتلفزيون والجرائد والمجلات والكتاب ، أجريت بناء على طلب الادارة
مقرها الرئيسي لندن وتختص ببحوث التسويق والجمهور ، ومكاتبها
العربية في بيروت والكويت والبحرين ودبي وجدة) .

وعنوان هذه الدراسة (Middle East Media. Study 1979)

أي « وسائل الاعلام في الشرق الاوسط عام ١٩٧٩ » ، وهي دراسة
شاملة لوسائل الاتصال والجمهور في ست دول في منطقة الشرق الاوسط
هي : الكويت ودولة الامارات وعمان والسعودية والاردن ومصر ، اطارها
الزمني عام ١٩٧٩ ، وقامت بدراسة للراديو والتلفزيون ، والجرائد
اليومية ، والمطبوعات الاسبوعية ، ونصف الشهرية ، المطبوعات الشهرية
والبديلة للشهرية ، المطبوعات ربع السنوية وغيرها ، كما درست جمهور
القراء والمشاهدين المستمعين في هذه الدول الست من حيث : الجنس ،
العمر ، المستوى الاجتماعي ، الجنسية ، اللغات التي يجيدها الفرد ،
عدد السيارات في المنزل ، السفر بالطائرات وعدد مراته ، ملكية الراديو

(**) مكتب الشرق الاوسط لبحاث التسويق ببيروت أحد خمسة
مكاتب لمؤسسة بحوث هي gntesteam Mc. cann Erick Aon ، في لندن
لبحوث التسويق والجمهور ، ومكاتبها العربية في بيروت والكويت
والبحرين ودبي وجدة .

والتلفزيون « وهدفت من هذا البحث الى تزويد المعلنين ووكالاتهم «
ووسائل الاعلام نفسها بمعلومات اعلامية وتسويقية تقسم بالموضوعية ،
وتساعدهم على الوصول الى اسواق هذه الدول الست محل الدراسة
القاهرة (٦٠٠٠ر.٦٥) والاسكندرية (٢٣٣٠ر.٠٠) وطنطا
(٣٠٠٠ر.٠٠) ، اختير ٢٠٠ را يمثلون القاهرة ، و ١٠٠ يمثلون
الاسكندرية ، و ١٠٠ طنطا استجاب منهم ١٦٨ را ، منهم ١٣٥ في القاهرة ،
و ٨١ في الاسكندرية « و ١٥٢ في طنطا ، بعد ان فشل فريق البحث في
اجراء الدراسة بالمنصورة لخلاف مع السلطات .

وشملت عينة البحث : الجرائد والمجلات الاجنبية والعربية والمصرية
التالية : الكواكب ، الدستور ، المصور ، Burinerr week ، الاهرام ،
المستقبل ، روزاليوسف ، الجمهور ، الاسبوع العربي ، News week
الوطن العربي الموعد ، الكتوبر ، اسرتي ، صباح الخير ،
المجالس ، World Tims ، اخبار اليوم ، آخر ساعة ، اليقظة ،
النهضة ، L'Express الشبكة ، الرياض ، مرآة الامة ، الصياد ،
حواء ، Middle East econonic . ا وقد اجريت هذه الدراسة
عام ١٩٧٩ (٣١) .

— وحدثت الدراسات التي اجريت على قراء المجلات في مصر هي
بحث : « اتجاهات القراء لمجلة اكتوبر » ، الذي قام المركز العربي
للبحوث والادارة « اراك » باجرائه بناء على تكليف من مجلة اكتوبر خلال
الفترة من يوليو الى اكتوبر عام ١٩٧٨ ، وساهم مع المركز في الاشراف على
تصميم المنهج واختبار استمارات الاستطلاع الاستاذ كارلو جليمنيتي
رئيس مؤسسة بروجيتازيوني فورماتيفا بميلانو بايطاليا ، كما قام مركز
الحاسب الآلي لدار المعارف بتسجيل وتحليل بيانات استمارات استطلاع
آراء القراء واستخراج المؤشرات العامة لها .

وقد تحدد الهدف الرئيسي للبحث في التعرف على خصائص قراء
المجلة وآرائهم فيها ، الامر الذي يزود ادارة المجلة بصورة واقعية لطبيعة
جماعة القراء وتركيبها الاجتماعي والثقافي ، وتحددت المجالات التي
التي استهدفت فيها آراء القراء في اربعة مجالات محددة هي :

- المعلومات الشخصية عن القارئ .
- طبيعة علاقة القارئ بالمجلة .
- المادة التحريرية والاعلانية للمجلة .

المجالات البيعية

واعتمد البحث اساسا في تحقيق الاهداف المنشودة منه على
« العينة الرضائية » من القراء ، اولئك الذين استجابوا للدعوة الموجهة

لهم بالاشتراك في البحث عن طريق ملا « كويون الاشتراك » والذي نشر بمجلة أكتوبر عدة مرات ضمن حملة التهيئة التي سبقت عملية استقراء الآراء « وقد استخدم أيضا أسلوب « العينة العشوائية » أيضا إلى جانب العينة الرضائية لإيجاد نوع من عوامل المقارنة والدراسة بين آراء القراء في كل من العينتين باعتبار أن آراء العينة العشوائية تمثل « جماعة الظل » للآراء الراضية اقتربا أو بعدا عنها ، وتم تصميم الاستثمارات الخاصة باستقراء آراء القراء على أساس اعتماد معظم الإجابات المطلوبة من القراء على نظام « الإجابات المقفلة » مع تضمين الاستثمار بعض الأسئلة ذات « الإجابات المفتوحة » وقد خضعت الاستثمار لعدة اختبارات عدلت من جوانبها قبل أن تطبع في شكلها النهائي .

وبلغت العينة الكاملة ٩٠٨ قارئاً شملت ٦٠١ قارئاً من داخل جمهورية مصر العربية و ٣٠٧ من خارج مصر « وشملت ٦٠٣ قارئاً يكونون العينة الرضائية منهم ٥٣٩ قارئاً من داخل مصر و ٦٤ قارئاً من خارج مصر « و ٣٠٥ قارئاً يكونون العينة العشوائية منهم ٦٢ قارئاً من داخل مصر و ٢٤٣ قارئاً من خارج مصر ، وتكونت العينة المحلية من ٥٣٩ قارئاً في العينة الرضائية و ٦٢ قارئاً في العينة العشوائية بينما تكونت العينة الخارجية من ٦٤ قارئاً في العينة الرضائية و ٢٤٣ قارئاً في العينة العشوائية ، وتتكون هذه العينة الخارجية من ٢٩٦ قارئاً من الدول العربية منهم ٥٩ قارئاً في العينة الرضائية ، و ١١ قارئاً من الدول الأجنبية منهم ٥ قراء في العينة الرضائية .

وقد تم استيفاء بيانات استمارات استقراء آراء القراء في « العينة الرضائية » بواسطة البريد سواء كان القارئ داخل مصر أو في الدول العربية والخارجية : وقد بلغ عدد راغبي الاشتراك في البحث من هذه العينة ٦٨٠ قارئاً استجاب منهم ٦٠٢ قارئاً بالإجابة عن أسئلة الاستثمار ، ويمثل الفرق بين الرقمين نسبة من القراء الذين انسحبوا من البحث بالإضافة إلى بعض الاستثمارات التي فقدت بالبريد أو وصلت بعد الموعد المحدد لانتهاء تلقي الاستثمارات .

وبالنسبة للقراء في « العينة العشوائية » فقد تم استيفاء آرائهم في مقابلات شخصية قام بها الباحثين أنفسهم سواء في مصر أو في بعض الدول العربية (السعودية — تونس — السودان — الكويت) ، كذلك تم استيفاء بعض الاستثمارات لمواطني بعض الدول العربية أثناء تواجدهم بالقاهرة . وبالنسبة لقراء هذه العينة — خاصة من مواطني الدول العربية — لم يستجب العديد منهم لاستيفاء بيان اسم القارئ وعنوانه في حين استجاب لباقي بيانات الاستثمار .

وقد جاءت المؤشرات العامة للبحث مغطية المعلومات التي تحدد خصائص القارئ نفسه وآرائه في مختلف محتويات المجلة التحريرية والاعلانية بحيث غطت الجوانب الاربعة التالية :

١ — المعلومات الشخصية من القارئ : الاسم — العنوان — الجنس — السن — الحالة الاجتماعية — المؤهل — الوظيفة — الدخل — الدراسات بالخارج — اعادة اللغات الاجنبية — ملكية السلع المعمرة — التدخين — الرياضة — الاشتراك في النوادي .

٢ — طبيعة علاقة القارئ بالمجلة : مدى انتظام قراءة المجلة اسبوعيا ، عدد قراءة النسخة الواحدة — مدى قراءة المجلة — الاحتفاظ بالمجلة بعد قراءتها — امرار الشراء — مجموعة المجلات الاخرى التي يقرأها القارئ بانتظام محلية واجنبية .

٣ — المادة التحريرية والاعلانية : افضلية الكتاب والمحررين — الراى في ١٢ مجموعة من مواد التحرير والاعلان (الاخبار العالمية ، الاخبار المحلية ، الموضوعات السياسية ، الموضوعات الاجتماعية والسياسية ، التحقيقات الصحفية ، الموضوعات الادبية والفنية ، موضوعات المرأة ، الرياضة ، الموضوعات الدينية ، الموضوعات العلمية ، موضوعات التسلية واختبارات الذكاء ، انت وبختك) — مستوى طباعة المجلة — حجم الحروف المستخدمة — طريقة تصميم الاعلانات واخراجها — الموضوعات التي تنقص المواد التحريرية بالمجلة ، الموضوعات التي يمكن ان تحذف من المجلة — عدد صفحات المجلة — طريقة تصميم الغلاف — المساحة المخصصة للاعلانات .

٤ — مجالات بيع المجلة (التسويق والتوزيع) : توفر المجلة في الاسواق — نظام الاشتراكات السنوية — سعر بيع المجلة .

وعلى ضوء النتائج الجزئية للاستمارات والمؤشرات العامة للبحث ، واستنادا الى ما تظهره هذه النتائج والمؤشرات من دلالات تصلح ان تكون اساسا علميا لصياغة استراتيجية التحرك المستقبلي لتحقيق الهدف الرئيسي للبحث لتطوير العمل بالمجلة في كافة المجالات امكن التوصل الى بعض التوصيات العامة التي حددتها هيئة البحث في :

أولا : ان اعتماد المنهج العلمى للبحث على أسلوب «العينة الرضائية» قد أوجد حاليا مجموعة من القراء على درجة عالية من الارتباط والولاء للمجلة . هذه المجموعة والتي تبلغ ٦٠٣ قارئاً — يمكن الاعتماد عليها في تطبيق نظام « البحوث المستمرة للقراء » والذي يعتبر مرحلة علمية

متقدمة تتفق مع مكانة « مجلة أكتوبر » وتنفرد بها في الوطن العربي فضلا عن الفوائد الاكيدة التي تجنيها المجلة من تطبيق هذا النظام من توفير الارتباط الوثيق بنبض القراء والتعرف على آرائهم واتجاهاتهم . كذلك يمكن تطوير هذا النظام الى نظام « البحوث المستمرة للقراء / المستهلكين » مما يحقق اهدافا أكثر شمولا للتحرير والاعلان ودراسة السوق ويوفر للمجلة مكانة علمية مرموقة ويزيد حصيلة الاعلانات زيادة كبيرة ، هذا مع ملاحظة ان العينة الرضائية تضم ٢ ٪ منها من حملة المؤهلات الجامعية والدراسات العليا مما يجعل منها عينة متميزة . ومن الجدير بالاشارة اليه في هذا المجال أن تطبيق مثل هذه الانظمة لا يتطلب تكاليف كبيرة اذ يعتمد أساسا على الاساس العلمى لها ونظم تجميع وتشغيل وتخزين وتسويق المعلومات المتوفرة عنها بشكل بسيط ومنظم .

ثانيا : ضرورة مراجعة انظمة التوزيع الحالية بهدف توسيع نطاقها وزيادة فعاليتها والاستفادة من رغبة القراء في نظام الاشتراكات السنوية، بعد أن برز أثناء البحث عدم توفر المجلة بسهولة وانتظام في بعض الاسواق العربية والخارجية .

ثالثا : تشعر عينة القراء موضع البحث بأن هناك موضوعات تحريرية أقل من اللازم حاليا ، ومن أهم هذه الموضوعات : التحقيقات الصحفية ، والموضوعات الدينية والعلمية . ووضحت الدراسة اتجاه القراء لزيادتها .

رابعا : من المفيد التفكير في اصدار « محفظة » لحفظ الاعداد السنوية لدى القراء ، على ضوء ما أظهرته الدراسة من وجود نسبة كبيرة من القراء يحتفظون بالمجلة في مجموعات متكاملة . ولا شك ان تنفيذ هذه الفكرة يرتبط باعتبارات عديدة ويمكن تنفيذه بأساليب مختلفة ويتطلب دراسات مالية من تكلفته والعائد المتوقع سواء كان هذا العائد مباشر في حالة بيع المحفظة او بطريقة غير مباشرة اذا ما توفرت الادلة على خلق عامل جديد يزيد من التوزيع (٣٢) .

ونستطيع القول انه اذا كانت دراسة جمهور قراء المجلة مهمة ولازمة لادارة تحرير المجلة وكذلك لادارة اعلاناتها وتسويقها فمن خلال التعرف على خصائص الجمهور وسماته ومواقفه واتجاهاته من المجلة شكلا ومضمونا ، تحريرا واخراجا ، اعلانا وتوزيعا يمكن الحكم على مدى توفيق محرري المجلة واداريوها . وما اذا كانت خططهم في حاجة الى تعديل أم هي خطط جيدة وينبغي الاستمرار فيها . فان دراسة جمهور قراء المجلة المتوقع أو المرتقب عند التخطيط لاصدارها تصبح شيئا حيويا وحاسما في وضع خططها التحريرية والاخراجية والاعلانية والتوزيعية وبدونها تصبح

عملية التخطيط للاصدار وما يترتب عليها من خطط طويلة الاجل بلا جدوى، ويصبح المخطط لاصدار المجلة كالمسائر في طريق لا يعرف له بداية أو نهاية بل على حد تعبير رجل الصحافة الامريكى تيونور . ل . نبراند يصبح كمن يسبح برغبته ضد التيار ولا يحب أن يسمع نصيحة أحد .

كانت هذه هي المتغيرات الخمسة التى ينبغى على المخطط لاصدار مجلة أن يضعها نصب عينيه قبل أن يختار صيغة مجلتها ، وهى كلها متغيرات تتصل بالبيئة التى تصدر خلالها المجلة فالمجلة كما سبق القول مشروع اقتصادى واجتماعى وصحفى وفنى وبشرى فى الوقت نفسه ، أى تحيط به بيئته الاجتماعية والاقتصادية والصحفية والتكنولوجية التى تشمل داخلها : « غرض المجلة من الصدور » و « سوق المجلة » و « الصيغ الموجودة والمتميزة » و « المجلات المنافسة » وأخيرا « الجمهور المرتقب للمجلة » .

ورغم ذلك كله ، وما ينادى به خبراء المجلة من ضرورة التخطيط المسبق عند اختيار صيغة المجلة الا ان قراءة متأنية ومتعمقة لتاريخ المجلة فى العالم وفى مصر تقول لنا أن هناك مجلات قد صدرت ونجحت دون أن تضع أو تحدد لنفسها صيغة محددة مسبقة ، بل صدرت المجلة أولا ، ثم تركت « الصيغة » التى تسير عليها تتحدد وتتشكل وفقا للممارسة والتجربة وللصواب والخطأ ، ولعل مجلة Holiday الامريكية . تعد نموذجا لذلك ، فقد خرج عددها الاول الصادر فى عام ١٩٤٦ فى شكل مجلة تقليدية للرحلات ، وفى صيغة تجمع بين الاثارة وجودة التحرير ، وبعد بداية باهرة مرتفعة التوزيع ، بدأت ارقام التوزيع تنخفض ، ولهذا عدلت المجلة من أسلوبها ، واتجهت الى صيغة أخرى فارتفع توزيعها وزادت اعلاناتها .

وفى بعض الاحيان تأتى الصيغة الناجحة من مهارة رئيس التحرير وقدرته على التفكير والابتكار ، فمجلة The New Yorks الامريكية لم تحدد لنفسها صيغة قبل الصدور ، ولم تناقش فى اجتماعات جهاز تحريرها أو يخطط لها ، بل صدرت المجلة واستمرت وعاشت حتى الآن تحمل صيغة صاحبها هارولد روس غير المكتوبة ، فعلى الرغم من وفاة هارولد مؤسسها ورئيس تحريرها الاول عام ١٩٥١ ، نجد المجلة مستمرة فى التعبير عن نفسها وفى الصدور خلال تصور متنسق أصيل ومأمول ، جاء نتاجا لخبرة صاحبها هارولد روس وممارسته ، ولم يناقش أو يطرح على المائدة المستديرة لجهاز التحرير ، أو يعد على ضوء نتائج ودراسات واختبارات أجريت على الجمهور واختبرت ذوقه واهتماماته (٣٣) .

٢ - اختيار السياسة التحريرية الأساسية للمجلة

السياسة التحريرية الأساسية هي تلك الحدود والمبادئ التي من خلالها تقوم المجلة بأداء وظيفتها كوسيلة اتصال بالجمهور : القضايا التي تعالجها ؟ وأسلوب معالجتها ■ المحاذير ■ أو هي ببساطة : « الوجهة التي تختار المجلة اتباعها في جوابها عن سؤالين مائقي الأهمية : ماذا ستنشر ؟ وكيف ستنشر ما تنشر ■ ■

وقوامها الإجراءات والقواعد والمبادئ التي أقرتها المجلة لتستهدى في عملها ■ والتي ستهيمن بعد ذلك على كل وجوه العمل الصحفي أو الفن الصحفي في المجلة (٣٤) .

والهدف هو أن يصل القارئ بعد فترة الى الإحساس بشخصية تحريرية ثابتة للمجلة ، تتفق في الوقت نفسه مع هدف المجلة وصيغتها ■ واختيار هذه السياسة التحريرية الأساسية ينبغي أن يتم قبل صدور العدد الأول لأنها تخدم رئيس التحرير في عمله اليومي ■ وعندما تكون محددة بشكل واضح تساعد على أن تسير المجلة في خط واحد مع غرضها وتكون منسقة مع رسالتها وتحقق وجها مميزا أو شخصية وتصبح أداة مؤثرة للاتصال ، وهي كذلك تحرر رئيس التحرير من اتخاذ قرارات تحريرية أساسية بشكل فجائي أو غير مستقر ، وتجعله يتفرغ للقضايا والقرارات التنفيذية اليومية ، التي يساعد فيها كدليل ، السياسة التحريرية الأساسية (٣٥) .

ويؤثر في السياسة التحريرية الأساسية مجموعة من العوامل يمكن إيجازها في (٣٦) :

- ١ - الأحوال المالية .
- ٢ - مسئوليات المجلة تجاه المجتمع والأفراد والحكومة .
- ٣ - الطابع المتوخى للصحيفة .
- ٤ - متطلبات القراء .
- ٥ - الاجتهاد السياسي .
- ٦ - عوامل تجارية .
- ٧ - عوامل دينية .
- ٨ - عوامل عرقية واجتماعية .
- ٩ - عوامل فردية وجماعية .
- ١٠ - عوامل وطنية .
- ١١ - نزوات رئيس التحرير ومعاونيه .
- ١٢ - النزعة الاقليمية .
- ١٣ - الموضوعات المحرمة .

- ١٤ - ارتباطات الناشر أو جهة النشر .
١٥ - الحملات الصحفية .

نماذج تطبيقية :

كانت هذه هي الاسس النظرية أو السياسة التحريرية بشكل مجرد ومطلق والآن نعرض لنماذج تطبيقية للسياسة التحريرية لثلاث مجلات مصرية ، هي المصور ، وآخر ساعة ، واكتوبر .

السياسة التحريرية لمجلة المصور :

تحاول مجلة المصور - الآن - المحافظة على صيغة المصور القديمة مع اجراء بعض التغييرات والتعديلات والتطوير فيها بما يتناسب مع القارئ المصرى والعربى هذه الايام ، ومع ظروف المجتمع ، وواقع الصحافة المصرية .

فالسياسة التحريرية المعلنة لها تقوم على اساس انها مجلة سياسية مصورة ، مصرية عربية ، محافظة وملتزمة برسالة تثقيفية وتوجيهية ، هي مجلة مصرية عربية ، واهتمامها بالقضايا المصرية ليس تحزبا وليس اقليمية ، بل لان مصر تمثل حوالى نصف الوطن العربى ، وعندما تهتم المجلة بنصف الوطن العربى فهي تهتم بالكل ، وعندما تهتم بعد ذلك بالقضايا العربية فهي تقوم بوظيفة مهمة وهي تنمية الحس العربى عند المواطن المصرى .

ويحدد رئيس التحرير موقف أو سياسة المجلة تجاه القضايا الداخلية ، فى مصر فى الرسالة التى بعث بها الى الرئيس انور السادات عقب تعيينه نائبا لرئيس مجلس ادارة دار الهلال فى مايو ١٩٧٧ باسمه وباسم العاملين بالدار بأنها « الالتزام الى ابعاد حدود الالتزام بمبادئ ثورتى ٢٣ يوليو و ١٥ مايو المجيدتين ، وبذل كل ما نملك من جهد لتحقيق آمال الرئيس السادات فى الصحافة كسلطة رابعة بعد ان اعطاها كل حرية وامان واستقرار وازدهار » .

ويعتبر رئيس تحرير المصور مجلته أحد أسلحتنا فى المعركة السياسية التى تخوضها مصر وذلك لان « بلدنا يخوض أعنف معاركه ضد أعدائه ، وخصومة الذين تحالفوا رغم ما بينهم من خلافات وتناقضات على اعاقة

(*) المصور : مجلة مصرية صدرت عام ١٩٢٤ يرأس تحريرها الآن صبرى أبو المجد وتصدر عن مؤسسة دار الهلال .

مسيرة شعبنا ، وان حملات التشكيك والتضليل ضد وطننا قد بلغت الذروة » .

وفي النهاية يقول رئيس التحرير نيابة عن محرري الدار والعاملين بها محددا موقفهم وملخصا دورهم الاعلامي في تلك المرحلة : « نحن نعاهدكم باستمرار وقوفنا وراءكم للتصدي لتلك المعارك والحملات بكل ما نستطيع من جهود وامكانيات حتى يتحقق النصر الكامل لشعبنا العظيم بقيادتكم الرشيدة الحكيمة » .

اما اهتمام المصور بالقضايا العربية فهو نوع من المحافظة على التقاليد التي وضعها المصور خلال تاريخه الطويل ، فقد كان المصور مجلة عربية تهتم بشكل كبير بشئون العرب وقضاياهم ، والى جانب المحافظة على هذه التقاليد يحاول تطويرها ، لان القضايا العربية عام ١٩٧٨ تختلف عنها عام ١٩٢٤ عندما صدر المصور ، فالحس العربي الموجود الآن مختلف لقد زاد وتعمق ، ورئيس تحرير المصور يرى ان الاحاسيس الموجودة عند القارئ أصبحت اليوم عربية أكثر منها محلية .

ويدلل رئيس تحرير المصور على ان اهتمامات القارئ العربي اليوم قد أصبحت قومية بقوله : « لقد استحدثت في المصور طبعة عربية خاصة للتوزيع في البلاد العربية كنت أ حذف منها أبواب معينة وموضوعات : كالجريمة مثلا أو بعض الموضوعات عن القضايا والاحداث المحلية البحتة ، واستبدل بها موضوعات عربية الاهتمام أو المضمون ولكن فوجئت بخطابات من قراء من مختلف أنحاء الوطن العربي ومن أمريكا اللاتينية وحتى من أستراليا تثور ضد هذا الوضع ، وتطالب بعدم حذف الأبواب أو الموضوعات المحلية الاهتمام وأكدوا جميعهم على أنهم يريدون أن يقرأوا ما يقرأه القارئ في مصر ، فالكل هنا يهتم بكل المسائل الصغيرة التي تجري في مصر ، التي يعتبرونها الاخت الكبرى القائدة ، حتى الاحداث التي نراها نحن محلية بحتة يراها القارئ العربي أو يريد أن يراها بشكل قومي » .

لذلك يحرص رئيس تحرير المصور على أن يتضمن كل عدد من أعدادة ما لا يقل عن ١٠ ٪ من صفحات موضوعات عربية ، حتى يسد النقص الذي يحس به القارئ العربي تحريريا ، وبالإضافة الى ذلك الى ذلك يصدر المصور عددا سنويا خاصا ممتازا بعنوان « نحن العرب » كحصوله للسنة كلها تقدم فيه المجلة صورة متكاملة للوطن العربي خلال عام .

من هنا يمكن تفسير السر الذي يكمن وراء توزيع المصور في الماضي حوالي ٧٠ ٪ من نسخة في العالم العربي ، ٥٠ ٪ منها في العراق وحده ، والباقي في العالم العربي خاصة في السعودية وليبيا .

وصحفيًا تلتزم المجلة سياسة الاعتدال والمحامضة ، وعدم الاثارة أو السعى لمخاطبة غرائز القارئ ، بل تخاطب فكره وعقله ، انها ترى أن الصحافة رسالة تلتزم بتثقيف القارئ وتوجيهها وتنمية الحس الوطني والقومي عنده ، ولا تهدف أن يزيد توزيعها وتزداد مساحات الاعلان فيها » (٣٧) .

السياسة التحريرية لمجلة آخر ساعة :
تقوم السياسة التحريرية الاساسية لمجلة آخر ساعة (*) الان على خمسة تصورات اساسية (٣٨) .

الاول : أن تحمل مشعل الامل — من ناحية المضمون — في اغلب الاوقات وهي تؤمن أن الامل فعل « بداية فعل » وأن الدعوة الى اليأس انهزام وانكسار أمام الحياة وأن الامل بناء وأن الناس جميعا مخلوقون لغاية هي التعمير والبناء في كل ناحية من نواحي الحياة .

والثاني : هو الاهتمام بالقضايا الاجتماعية والسياسية ، وعدم اغفال الجانب النقدي ومعالجة المشاكل التي يعاني منها القارئ العادي ، وفي عرضها لها تذهب أولا اليه تعرف الاصل والسبب والداء ، وآخر من تذهب اليه لتعرف رأيه هو المسئول .

الثالث : خلق نوع من التوازن الدائم بين مختلف فئات المضمون الدسم والخفيف ، بين الجانب الدراسي والبحثي والسياسي والفكري ، والجانب الترفيهي الخفيف ، فالقارئ المصري من وجهة نظر ادارة تحرير المجلة قارئ يحب الموضوع المبسط الموضوع في قالب جذاب أو على حد تعبير مدير التحرير « الساندويتش » .

الرابع : الاعتماد على المحررين الشباب وزيادة كفاءتهم باستمرار الى الحد الذي يجعلهم قادرين على أداء دورهم في المجتمع كممثلين لصناعة الصحافة أو لسلطانها ، ومع مشروعات التحديث الجديدة في الدار ومسح تطور وظيفة الصحافة ، بدأت المجلة في رفع كفاءة محرريها بمساعدتهم على التدريب والتعليم في مجالات تتصل بتخصصاتهم وتساعدتهم على العمل مع المستحدثات الطباعية والفنية الجديدة وهذه السياسة تعد استمرارا لسياسة مدرسة أخبار اليوم التي تعتمد على التفكير الصحفي المنطلق وافساح المجال للشباب .

(*) آخر ساعة : مجلة مصرية صدرت عام ١٩٣٤ ، ويرأس تحريرها رشدي صالح ، وتصدر عن مؤسسة أخبار اليوم . (توفي رشدي صالح خلال فترة اعداد الكتاب ويتولى مسؤولية مجلة آخر ساعة الان : محمد وجده قنديل .. ويسير على نفس السياسة التحريرية) .

والتصور الخامس والآخر الذي تقوم عليه السياسة التحريرية لمجلة آخر ساعة هو التغيير المستمر مع المحافظة على الطابع العام للمجلة « فمجلة آخر ساعة لا بد وأن تغير ثوبها مرة كل ستة شهور » ولكنها تجعل للمجلة ملامح مميزة تحتفظ بها ويدور في إطارها تغيير ، انها محاولة للتنويع في إطار وحدة تبيوغرافية وتحريرية تنسم بها المجلة .

السياسة التحريرية لمجلة « أكتوبر » :

الخطوط العامة لسياسة مجلة أكتوبر(*) التحريرية الأساسية « والتي تلتزم بها ، نجد ملامحها في الرسالة التي بعث بها الرئيس أنور السادات الى أسرة تحرير أكتوبر يوم صدورها باعتباره صاحب فكرة اصدار هذه المجلة والاب الروحي وكبير المخططين لها ويمكن اجمالها في (٣٩) :

أولا : الخدمة الكاملة للقارئ وتزويده في كل ما — تنشره — بخلفياته حتى يمكن للقارئ أن يخرج من كل عدد من اعدادها بقيمة وازدانة جديدة لثقافته العامة ، مستأنفة في ذلك الخط الذي كانت تتميز به صحافتنا من قبل ، وكنا نجد فيها مفاتيح الثقافة الحقة ولو استطاعت مجلة أكتوبر أن تخدم ولو مواطنا واحدا من كل ألف مواطن ، ليخرج منها بشيء جديد ، فسوف يكون ذلك انجازا كبيرا .

ثانيا : أن يجد فيها كل عربي الخبز المخدم والخلفية المخدمة بحقائق تاريخية ووثائق مؤكدة ، فالهم هو أن تعلم القارئ العربي كيف يستوعب هذه المعلومات الجديدة ، والثقافة الجديدة .

ثالثا : القيام بتأصيل ٦ أكتوبر ، ليس كمجرد عبور ، وانما كيوم فاصل بين عالم ما قبل ٦ أكتوبر الذي اختلف عسكريا وسياسيا واقتصاديا عن عالم ما بعد ٦ أكتوبر ، فلم يكن العبور مجرد انتقال من شاطئ الى شاطئ ، وانما كان هناك أكثر من عبور : هناك عبور ثقافي وعبور اقتصادي وانفتاح .

رابعا : التوجه الى الشباب ، بحيث يتصور كل شاب اذا ما قرأ مجلة أكتوبر انها موجهة له ومهتمة بشئونه ، وأن يعاد اكتشاف الطريق الذي فقدته هذا الشباب التائه ، فجزء كبير من صحافتنا — للأسف — يعمل على ضياع الطريق تحت قدميه .

(*) أكتوبر : أحدث مجلة مصرية صدرت في ٣١ أكتوبر عام ١٩٧٦ ، يرأس تحريرها أنيس منصور ، تصدر عن مؤسسة دار المعارف .

خامساً : أن تكون صحافة الثقة بالنفس والاقتدار والامل ■ بلا مقد وانما بآفاق مفتوحة .

سادساً : القيام بتأصيل التجربة المصرية « كقدوة » خاصة فيما تبنيه مصر اليوم في الديمقراطية والاشتراكية لأول مرة من حيث لا يوجد تناقض بين حرية الفرد وحرية المجتمع كما هو موجود في المجتمعات الاشتراكية المعاصرة ، فهم هناك لم يجدوا حلا لهذه المشكلة ، بينما يعتقد الرئيس السادات اننا وجدنا الحل وتطبيقه ، وكذلك تأصيل سيادة القانون وقيام دولة المؤسسات لان هذا انجاز عظيم .

سابعاً : وضع حجر الاساس لصحافة عربية مصرية جديدة ■ تكون فيها قدوة للصحافة في الشمول والارتفاع فوق القفاهات التي يراها الرئيس السادات اليوم ، وكذلك القيام بتأصيل القيم الاساسية واعطاء المثل كقيادة في الصحافة كما كانت مصر قيادة في الثقافة .

لكن متى تغير المجلة سياستها التحريرية ؟

هناك جملة شهيرة لواحد من ابرز رؤساء تحرير مجلة New week الأمريكية وهو جيمس . ي . نورمان قال فيها : ■ ان القاعدة الاولى في عالم المجلات هي التغيير في سياسة تحريرها .

وهذا ما اتفق عليه معظم دارسي المجلة في العالم ، وكذلك العاملين في تحرير المجلات واخراجها وادارتها ، فصيافة السياسة التحريرية الاساسية للمجلة في وقت ما لا تعنى صياغتها الى الابد بل لفترة من الوقت تسمح لواضعها بأن يقيس ويقوم تأثيرها ■ فمن المحتمل خلال عام أو اثنين أن يشعر بأن هناك تغييراً مطلوباً .

لذلك ينصح خبراء المجلة بضرورة أن يتم تغيير السياسة التجريبية بالتدريج (٤٠) بسبب أن القراء يحبون دائماً الشيء الشائع والمألوف . لديهم ، فإذا أراد ناشر أو رئيس تحرير أن يغير من محتوى أو شكل ، من نغمة مجلته أو منطقها أو لهجتها ، فعليه أن يقوم بذلك بالتدريج ، خطوة خطوة وليس فجأة . وذلك « لن يزعم القراء الذين يحبون المجلة » كما هو في الوقت نفسه يسعد القراء يشعرون بأن التغيير ضرورة ، وبذلك يمكن الاحتفاظ بالمجلة متجددة وحديثة ■ .

فعندما عاد على أمين الى رئاسة مجلس ادارة مؤسسة أخبار اليوم عام ١٩٧٤ ، اكتشفت أن آخر ساعة — التي اشتراها مع مصطفى أمين عام ١٩٤٤ — لم تعد تناسب روح العصر ، بقطعها الكبير ، وموضوعاتها الطويلة ، كما لاحظ أن الاهتمام قليل بالجانب الانساني والاهتمامات

الانسانية في المجتمع ، لذلك كان امامه قرارين : أن يغير من قطع المجلة ويختار لها قطعاً أكبر وأن يدخل فيها المواد المحتوية لذلك الجانب الانساني (الذي نجده في معظم المجلات العالمية ، مثل باب Les Gens (الناس) في مجلة Paris Match الفرنسية ، و People (الناس) في مجلة Time الأمريكية ، وباب (صانعو الاخبار) في مجلة الأمريكية) .

وعمل كهذا خاصة الشق الاول منه — قد يكون مفاجئاً للقارئ وقد يشكل صدمة له ، تجعله ينفر من المجلة .

لذلك اتخذ حلاً وسطاً ، وهو التغيير التدريجي ، تقرر عمل شريط طوله ١٠ سم ، في أسفل كل صفحات المجلة ، يضم موضوعات انسانية خفيفة Human Beatwes ، يحقق من خلاله هدفين : الاول : التخفيف من قطع المجلة الكبير ، وتقسيماً الى ما يشبه المجلتين آخر ساعة « العادية » وآخر ساعة الانسانية ، والثاني : أن يجد متنفساً للمواد ذات المحتوى الانساني وبذلك يحقق هدفاً اخراجياً وهدفاً تحريرياً في وقت معاً (٤١) .

فالهدف من التغيير في السياسة التحريرية هد ان يجد القراء مجلة تروق لهم باستمرار ، وبدون أن يصدموها بأي تغيير ، ولكن لهذه القاعدة استثناء ، فالتغيير ضرورة عندما يثبت للناس أو لرئيس التحرير أن سياسته التحريرية غير جماهيرية ، وغير فعالة ، وغير ناجحة ، وهنا ينبغي الا يتباطأ في تصحيح الأخطاء ، والتغيير بسرعة ، وليبدأ في طريق صفيح في التبويب أو في المظهر الأخرجي ، ثم تتلاحق التغييرات تدريجياً (٤٢)

ثانياً : قرارات على المستوى الاقتصادي :

وهذه القرارات تتعلق بتدبير الحصول على الأموال للمشروع ومراقبة استخدامها الاستخدام الاقتصادي الأمثل : فالمجلة كمشروع صناعي وتجاري في وقت معاً تحتاج الى الأموال لشراء الأصول الثابتة أو الصرف عليها ، فيما يسمى بالمصروفات شبه الثابتة ، وأهمها أجور المحررين والفنيين وكافة العاملين وأقساط التأمين ، وإيجارات المباني إذا كانت المجلة تستأجر لمخازنها أو إدارتها شيئاً من ذلك .

كذلك يحتاج إصدار المجلة الى أموال تكفي لمقابلة الأصول المتداولة ، أو ما يسمى بالمصروفات المتغيرة وأهمها : ثمن الورق والأخبار والضرائب ونفقات التوزيع ونفقات الإعلان والدعاية ، وكذلك ما سوف يتم إنفاقه على الاستثمارات الجديدة بالتوسع في إنشاءات جديدة ، وبالإحلال الجديد محل القديم ، وبتطوير خدماتها الصحفية ، وهذه القرارات تهدف الى

اختيار نمط الملكية ، وتحديد نفقات التمويل وحساب نفقات الاصدار ووضع الميزانية (٤٣) .

(١) اختيار نمط الملكية

بدأت الصحف جرائد ومجلات — كمشروعات فردية بسيطة ، حيث كانت المجلة — مثلا — تحرر وتطبع وتمتلك وتدار بواسطة شخص واحد ومع النمو الاقتصادي لصناعة الصحافة وتطورها التكنولوجي ، تعقدت أنماط الملكية ، وتنوعت وتشعبت ويمكن حصر أكثرها شيوعا في الأنماط التالية (٤٤) :

(١) الملكية الفردية : Individual Ownership

وهو نمط أكثر شيوعا في المجلات والجرائد الأسبوعية ، وعادة ما يكون المالك للصحيفة هو رئيس التحرير والمدير ، وعندما تظهر ضرورة يخدم في أى موقع في المنشأة .

المميزات :

- ١ — رئيس التحرير المالك له السيطرة على صحيفته .
- ٢ — حرية المالك في كل قراراته ، التي تتعلق بسياسات الصحيفة تحريريا وتجاريا .
- ٣ — يحصل المالك على كل الأرباح من عمله .
- ٤ — يرتبط المالك في ذهن القارئ بصحيفته ، ويصبح الاثنان شيئا واحدا .

العيوب :

- ١ — الملكية الفردية ليست قابلة للتحويل الى عمل تجارى متسع .
- ٢ — كل الديون توضع على عاتق المالك الفردي .
- ٣ — نجاح الصحيفة يعتمد بشكل كبير على قدرة مالكها ومركز ثقته .
- ٤ — من الصعب بالحصول على القروض والمنح والمساعدات طويلة الأجل .

وتحدث عندما يعقد شخصان أو أكثر اتفاق ملكية شفويا أو كتابيا ،
بفرض تأسيس صحيفة أو شرائها أو ادارتها .

المميزات :

١ — تسمح بجمع جهود أموال وأشخاص ذوي مواهب وقدرات
اقتصادية مختلفة .

٢ — قد يزيد رأس المال نتيجة السماح لأشخاص آخرين بالمساهمة في
الاستثمار .

٣ — يخفف العبء عن المالك نتيجة تقسيم المسؤوليات .

٤ — هناك حكم أو تقويم أو فكر لاكثر من عقل في ادارة العمل .

العيوب :

١ — كل شريك معرض لديون الصحيفة الكلية ، وكل شريك معرض
الآخرين للديون اذا خطر اقتصاديا بالدخول في مشروعات قد تفشل

٢ — كل شريك يكون مسئولاً عن أمور الصحيفة .

٣ — قد تحل الشركة ، أى لا تستمر ، في أى وقت بوفاة أى شريك أو
انسحابه أو بيع أى طرف نصيبه .

٤ — من الصعب الحصول على اتفاق طويل المدى في بعض الاحيان .

٥ — الشريك غير المسئول بشخصه ، أو علاقات عمله ، قد يعرض
الشريك الآخر أو الشركاء الآخرين لأضرار .

ولهذا النمط من الملكية عدة اشكال :

اتفاق بين شخصين أو أكثر ، لتأسيس أو شراء صحيفة ،
والاشتراك معا في نشرها ، تعد الشكل الأكثر شيوعا من ملكية المشاركة،
ولكنها قد تكون مسئولية غير محدودة .

A Limited partnership

ب - مشاركة محددة

ويمكن هذا النمط من الملكية أي ناشر « يكون بنفسه طرفاً عاماً ، من زيادة رأس مال ملكيته « مع إعطاء مسئولية محددة لهؤلاء الذين يزودونه برأس مال إضافي .

والشريك المحدد يكون مسئولاً عن الديون المحددة للصحيفة ، بالقدر الذي وافق على أن يساهم به استثمارياً في الصحيفة ، وليس له حق التعاقد للصحيفة وليس له سيطرة على أساسها .

Joint Stock Company

ج - شركة خاصة

وتتم عن طريق اتفاق تعاقدى ، ويتشكل مجلس للمديرين والمسؤولين لإدارة شئون الصحيفة ، وكل مساهم برأس المال يكون مسئولاً بنصيبه ربحاً وخسارة كشريك .

Corporation Ownership

(٣) ملكية الشركة

وهو نمط أكثر شيوعاً في الجرائد اليومية ، عنه في الجرائد الأسبوعية أو المجلات .

(٤) ملكية السلاسل أو ملكية الجماعة Chain or Group Ownership

وتشبه بعض فروع الصناعة والتجارة ، حيث نجد سلاسل من الجرائد أو المجلات أو كليهما ، وتقوم بتدعيم استثمارات اقتصادية ، وأوامر واتجاهات تحريرية ، وتوجيه إداري « وتأخذ أكثر من شكل من بينها :

أ - الشركة القابضة :

وهذه الشركة قد تتحكم على الأقل في ٥١٪ من أسهم كل جريدة ، أو مجلة داخل السلسلة « ويكون لهذه الشركة القابضة الإشراف على السياسات التحريرية للصحف داخل السلسلة ، وقد يسمح لكل صحيفة بتشكيل سياستها الخاصة بها « وعادة ما تشتري المواد الخام المطلوبة مثل : الورق والأحبار والآلات والمعدات وبأقل الإمدادات الأخرى من خلال المقار الرئيسية ، وتطلب الشركة القابضة تقارير يومية وأسبوعية وشهرية عن سير العمل في كل صحيفة .

ب - مجالس المديرين :

وقد تدار الصحف من خلال مجلس من الموظفين والمديرين ، وللناشرين داخل السلسلة (المؤسسة) استثمار متحكم فيه في الصحف التي ينشرونها ، وقد يكون لهم نصيب في صحف أخرى ، وهم يديرون صحفهم ، ويشكلون سياساتهم التحريرية بإدارة واستشارة مسئولى ومديرى وموظفى السلسلة العامة . وفى العادة يوجد توجيه قوى من الشركة القابضة - ان وجدت - ويشجع رؤساء التحرير والموظفين بكل صحيفة - بشكل عام - على شراء أسهم فى هذه الصحيفة .

Employment Ownership

(هـ) ملكية العاملين

تسمح خطة الملكية المحددة بواسطة بعض الناشرين فى صحف حديثة ، للعاملين بشراء أسهم فى الشركة التى تدير الصحيفة ، وفى بعض الأحيان يمتلك العاملون غالبية الاسهم ويتحكمون فى سياسات الصحيفة .

المميزات :

- ١ - اعطاء حافز للعاملين للإشراف على حسن استثمار رأس المال .
- ٢ - الادارة المحسنة تساعد على خلق جانب أخلاقى عال .
- ٣ - يمكن تحطيم الحواجز التنظيمية الداخلية بسهولة ، وتجرى تغييرات ضئيلة فى الأشخاص .
- ٤ - الاسئلة المتعلقة بالاجور ، وساعات العمل ، والانتاج تنهم بشكل جيد ، وتعالج بشكل أسهل .

العيوب :

- ١ - يعطى لطول مدة العمل الاهمية الاولى على القدرات الانتاجية .
- ٢ - قد تمتزج العاطفة بالحكم الجيد فى ادارة الصحيفة ووضع سياستها
- ٣ - فرص اشتراك العاملين فى الادارة اقل .
- ٤ - بيع الملكية صعب .

٦ - الملكية الرأسية Vertical Ownership

وتعنى ان تكون الصحيفة — جريدة او مجلة — ملكية عامة ، فشركة — على سبيل المثال — تمتلك وتدير جريدة كبيرة في مدينة ، وقد تمتلك وتدير مجلتين ومحطة للاذاعة ، ومصنعا للورق ، وشبكة للفنل ، ووكالات للانباء والاعلان ، وهذه المؤسسات المختلفة تشارك او تساهم في نجاح الصحيفة (٤٥) .

وقد يطلق على هذا النمط من الملكية Cross Media Owner أى ملكية وسائل الاعلام المشتركة ، عندما يمتلك الناشر جرائد ومجلات ومحطات للاذاعة ، واستوديوهات للسينما ، ومصانع ورق في آن واحد .

وقد يسمى Conglomerates أى الشركات المختلطة عندما تمتلك المجلة أو تدار بواسطة مجموعة شركات مختلفة ومتباينة : شركات للمطاط ، والسيارات ، والطيران ، والسينما ، مثلا (٤٦) .

المميزات :

- ١ — توفر الخدمات التى تحتاجها الصحيفة والمواد الخام اللازمة لادارة عملها بنجاح .
- ٢ — ترتبط الصحيفة بوسائل الاتصال الاخرى فى اعطاء خدمة الى منطقة محددة .
- ٣ — تساعد على تخفيض النفقات العامة لاصدار الصحيفة ، وتزود باستثمار علمى لارباحها .

العيوب :

- ١ — توسع من اهتمامات الناشر ومسئوليته الى درجة قد تقلل من انتباهه الى الصحيفة او المجلة التى يصدرها .
- ٢ — قد يوظف رأس المال ، الذى يمكن استغلاله فى تطوير وتجديد الصحيفة ، فى خدمة تمويل المشروعات الاستثمارية الاخرى المملوكة بشكل مشترك .

٧ - الملكية التعاونية Joint Ownership

نظام للعمل التعاونى بين صحيفتين مختلفتين فى نمط الملكية خلال نفس المجتمع ، ويتجه اليها الآن بعض الناشرين لتقليل نفقات الصيانة

والادارة والتشغيل ، فالصحيفتين — مثلا — قد يطبعان معا في مطبعة واحدة ، مع احتفاظ كل صحيفة بمكاتبها الاخبارية والادارية وهيئة تحريرها وادارة الاعلان والتوزيع ، والسياسة التحريرية الخاصة بها .

ويتم توقيع اتفاق يضع الاساس للارتباطات والالتزامات التمويلية لكل صحيفة او شركة لتكون ممثلة رأس المال لكلا المالكين .

المميزات :

١ — تقليل نفقات الصيانة والتشغيل ، وزيادة الساعات الانتاجية في المطابع والاقسام الفنية .

٢ — تنمو علاقات اكثر ودية بين الصحف في ميدان المنافسة .

٣ — انتباه الناشرين والمالكين يتركز على خدمة المجتمع المحلى اكثر من المنافسة ، ولذلك قد يعطوا مجتمعهم المحلى خدمة صحفية اكثر وحدة واكثر اكتمالا .

٤ — عادة ما يسمح للمعلنين بشراء مساحة في كلا الصحيفتين ، بسعر مشترك ، او في صحف منفصلة حسب سعر الصحيفة .

٥ — المعالجة الاخبارية المشتركة لبعض الاعلانات ، وربما بعض الموضوعات الاخبارية تسمح بتقليل عدد الاشخاص في بعض القطاعات الاعلانية او الاخبارية ، او في القسم الميكانيكى الجمع والتوضيب والمطابع) مما يؤدي الى خفض النفقات .

العيوب :

١ — قد تقل جهود التطوير نحو الامام ، بسبب الانتفاء الجزئى لعنصر المنافسة .

٢ — قد يسمى الناشران — مع تقليل المنافسة — الى الحصول على ارباح اكثر مما تستحقه الخدمة الصحفية التى يقدمونها .

٣ — قد ينتج عن التسهيلات الانتاجية المشتركة وضع معايير واحدة ، تؤدي الى ان تفقد الصحيفة قريبتها او شخصيتها المميزة .

١ - تحديد مصادر التمويل

المجلة مثلها مثل أى نتاج ثقافى أو اعلامى ، ينتج بواسطة وسائل الاتصال بالجمهور ، هى سلعة تطرح فى السوق لقتاع وتربح ، ربحا كائنا لاقتناع المؤسسة التى تنتجها بانها تستحق الاستثمار فى الصدور ، وان كانت هناك استثناءات لهذا القاعدة فى الدول الاشتراكية وبعض دول العالم الثالث - ويمكن تمويل وسائل الاتصال بالجمهور أو المؤسسات الثقافية أو الاعلامية ومنها المجلة من خلال اربعة مصادر رئيسية (٤٧) هى:

المصدر الاول : التوزيع :

أو عائد مبيعات نسخ المجلة ، يعد المصدر الوحيد لتمويل صناعة نشر الكتاب ، وهناك انتاج اعلامى لا يزود منتجه بدخل من توزيعه أو عرضه مثل برامج التلفزيون ، باستثناء البرامج الممولة أو المكفولة ، أو البرامج التى تصدر الى الخارج ، اما المجلة فان توزيعها يشكل حوالى ٤٠ ٪ من دخلها ، ان لم يزد فى بعض الاحيان عن ذلك .

المصدر الثانى : الاعلان :

أو الايراد الناتج عن نشر الاعلان بالوسيلة الاعلامية ، وقد يضيق نطاق الاعلان بل لا يعتمد عليه كمصدر بالنسبة للكتب فليس له علاقة بها (وان كانت الاعلانات قد بدأت تقسّل الى الكتاب فى العالم وفى مصر بعد ارتفاع اسعار الطباعة ، وعدم توافر المقابل المادى الجزى للمؤلف فنجد بعض المؤلفين يضعون اعلانات داخل الكتاب تمكنهم من طبعه ونشره بشكل يحقق عائدا مجزيا لهم ، ولكن فى الوقت نفسه نجد ان الاعلان هو شريان الحياة بالنسبة للجرائد والمجلات والاذاعات التجارية ، وقد نما الاعلان كصناعة ضخمة بعد تطور البيع التنافسى للصناعة المميزة على مستوى كبير فى القرن التاسع عشر ، وهو يشكل الآن حوالى ٦٠ ٪ من دخل المجلة .

المصدر الثالث : الاشتراكات :

أو اشتراكات الجمهور ، القراء فى الجرائد والمجلات ، والمشاهدين والمستمعين فى الراديو والتلفزيون فى شكل رسوم الترخيص أو الحيازة التى تعد فى بعض البلاد (مثل بريطانيا) مصدرا رئيسيا للتمويل ، والقراء يدفعون قيمة اشتراكاتهم فى الجرائد والمجلات الى دور النشر ، اما المشاهدين والمستمعين فيدفعونها الى الحكومة التى تدبر محطات الاذاعة .

المصدر الرابع : الدعم الرسمي :

ويظهر هذا النوع من الدعم الرسمي للوسائل الثقافية والاعلامية في الدول الاشتراكية وبعض دول العالم الثالث ، ويصل هذا الدعم الرسمي (الحكومي أو الحزبي) الى هذه الوسائل الاتصالية والاعلامية عبر جسور متنوعة : الدعم الحكومي المباشر للصحف ، مخصصات الحزب الحاكم الاعلامية ، تعويض خسائر الصحيفة (جريدة أو مجلة) ، توزيع الاعلانات الحكومية على الجرائد والمجلات أو محطات الراديو والتليفزيون بشكل مركزي حكومي (مثل الدار الوطنية للنشر والتوزيع والاعلان في بغداد التي تقوم بتوزيع الاعلانات الحكومية على كل وسائل الاعلام العراقية) ، وقد يكون الدعم من خلال توقيع عقود شراء نسخ أي اشتراكات طويلة الاجل لعدد كبير من النسخ .

تلك هي المصادر المتوقعة الحصول على تمويل للمجلة منها ، بعد صدورها واستمرارها ، ولكن من أين تحصل المجلة على احتياجاتها المالية الى أن تصدر ؟! يمكن تدبير ذلك من خلال :

١ - رأس المال :

وهو المبالغ التي يساهم بها المؤسسون في اقامة المشروع ، وما يجمع من المدخرين الذين يرغبون في استثمار اموالهم نظير حصولهم على حصة من الارباح نظير ما يشترطونه من أسهم ، وهذه المبالغ تستخدم في التأسيس وشراء الاصول الثابتة ، وهذا قد يكون كافيا للتشغيل في المرحلة الاولى من حياة المجلة .

٢ - القروض :

التي يمكن الحصول عليها من البنوك والمنشآت المالية ، ولا ينبغي بحال ان يعتمد المشروع في تمويل اصوله الثابتة على القروض ، حيث أن للقروض اجلا معينا ، لا بد من سدادها حينما يحين ، أما تمويل الخاملات والبضائع فيمكن ان يتم عن طريق القروض قصيرة الاجل ، والتي يتفق موعد استحقاقها مع موعد تحصيل الديون التي تستحق للمشروع .

وفي بعض الحالات تعتمد المشروعات الاقتصادية على القروض الطويلة في الاجل لمواجهة التوسعات والعمليات الانشائية التي تدر عائدا محسوبا بدقة بعد فترة محددة تتفق مع تاريخ استحقاق القرض ، بحيث يكون ذلك العائد موثوقا ، واذا تعذر الحصول على القروض الطويلة في الاجل ، قد يعتمد المشروع على اصدار سندات كل منها بقيمة محددة

ولاجل معين محدد ، ويمنح صاحبه فائدة معينة ينص عليها في شهادة السند .

٣ - التسهيلات الائتمانية :

التي يمنحها الموردون للمشروع والتي ينص عليها في عقود التوريد ، حيث يقبل بعضهم أن يورد خامات أو آلات (حبر - ورق - رصاص - زنك - افلام - آلات جمع - طباعة - حفر) على أن يتقاضوا قيمتها على أقسام على فترة زمنية مستقبلية .

٤ - ما تمنحه الدولة من اعانات أو ما تخصصه له من اعتمادات :

فإذا ما رأت أن للمشروع أهمية خاصة في الاقتصاد القومي أو سد حاجة المستهلك (القارئ هنا) الرئيسية (٤٨) (مثل انشاء حكومة الثورة - في عهد الرئيس جمال عبد الناصر - دار التحرير للطباعة والنشر ، واصدارها لمجلة بناء الوطن) .

٥ - حساب نفقات الاصدار ووضع الميزانية التقديرية

في حساب نفقات اصدار مجلة نعالج ناحيتين (٤٩) :

الاولى وتتعلق بالتحرير :

وتختلف طريقة حساب تكلفة تحرير المجلة ، فالبعض يحسب تكاليف التحرير بعد تحديد أعداد المحررين الاساسيين والكتاب الاحرار (المصاحفين) من الخارج ، وكذلك الموظفين الاداريين المعاونين لهم في باقى ادارات المجلة الاقتصادية والفنية والتجارية وحساب أجورهم ، والبعض الآخر يحسب التكاليف برصد ميزانية لكل صفحة تحريرية ، ولا ينبغى لرئيس التحرير - بأية حجة كانت - أن يتعدى الحصة المخصصة له أن لم يكن على مستوى الصفحة ، فعلى الأقل بالنسبة للعدد الواحد ، ولا يمكن قبول أى استثناء ، فالتجربة أوضحت أن التجاوزات لا تسترد من عدد آخر . أما إذا رأت الادارة العامة ذلك لسبب استثنائي فيمكنها أن تقرر اعتمادا استثنائيا ، ويمكنها أن تموله من ميزانية مخصصة لبند آخر - غير التحرير - كنوع من الاحتياط .

والناحية الثانية تتعلق بالصناعة :

وتتكون نفقات المجلة الصناعية من نوعين من النفقات - كأي نشاط صناعي آخر - وهما : -

(١) النفقات الثابتة وتشمل :

La Composition	١ — الجمع
La Rotogravure	٢ — النقش التصويرى
La frais de colage	٣ — التوازن (اللصق)

(٢) النفقات المتغيرة وتشمل :

١ — الورق
٢ — الطباعة
٣ — التغليف — التجليد .
٤ — النقل .

وفي حساب سعر التكلفة ينبغي التركيز على معرفة هذه المعلومات :

- سعر الورق والطباعة (لكل ملزمة) .
- سعر التغليف ، والتجليد والنقل (لكل نسخة) .
- ملخص النفقات الثابتة والمتغيرة طبقا لطبيعة النفقات (نفقات سابقة ولاحقة) .
- ملخص النفقات لكل نسخة .

وبعد تجميع المعلومات السابقة يمكن الوصول الى :

- التقدير الجزئى لتكاليف كل عدد من الصفحات، او لكل رقم من التوزيع .
- مقارنة رقم التوزيع بالنفقات المرتقبة مع الميزانية .
- السعر المتوسط والسعر الحدى سواء للنسخة او لالف صفحة (٥٠) .

الميزانية التقديرية :

على أساس المعلومات السابق التوصل اليها يمكن وضع الميزانية التقديرية للاستثمار والتي تشمل النفقات الثابتة ، والميزانية التقديرية للتشغيل ، ونقارن مصادر التمويل ونختار انسبها ، ونضع خطة للتمويل على أساس :

(أ) تحديد مصادر التمويل وكمية رأس المال التي يمكن الحصول عليها من كل منها وطريقة تجميعه .

(ب) سياسات التمويل .

(ج) جدول زمني لعملية تجميع رأس المال .

بعد ذلك يتم تجميع رأس المال ، وعلى أساس رأس المال المتوافر يتم تعديل الميزانية العامة للمشروع لتشمل تفصيلا دقيقا للاستثمارات والمصروفات الجارية .

وبالحصول على الدفعات الاولى من رأس المال يمكن البدء في تجميع الموارد البشرية وتنسيق خطواتها بحيث يستكمل في نفس الوقت تقريبا وذلك حتى يمكن الشروع في عمليات التنفيذ في اقرب وقت (٥١) .

ثالثا : قرارات على المستوى الفني

يواجه المخطط لاصدار مجلة بمجموعة من البدائل والخطط والطرق والاشكال الفنية وعليه دراستها بشكل جيد « لاختيار افضلها لمجلته » واتخاذ قرارات اساسية تتعلق بالتصميم الاساسي للمجلة « واختيار نوع الطباعة ، واسلوب الجمع ، ونوع الورق ، ونوع الحبر ، ثم الوصول الى اتفاق مع طابع بعد اتخاذ هذه القرارات التي على اساسها سيتحدد « شكل » المجلة .

١ - التصميم الاساسي للمجلة Basic Design

التصميم الاساسي لمجلة ما يتكون من تلك العناصر التي تتعلق بالمظهر وهي تبقى ثابتة نوعا ما ، وينبغي ان يبقى كذلك لفترة والا فان القارىء لن يتعرف بسهولة على صديقه القديم (٥٢) .

ويرتبط التصميم الاساسي بشكل وثيق بالسياسة التحريرية الاساسية ، وعلى الرغم من عدم اشتراك رئيس التحرير ومعاونيه في هذه العملية ، بقدر اشتراك المصمم او المشرف الفني وسكرتير التحرير ، الا ان مسئولية رئيس التحرير - الذي لا بد وان تكون لديه فكرة جيدة واضحة عن هدف المجلة وغرضها ورسالتها ، ان يتقن هذه الفكرة الى المسئولين عن وضع التصميم الاساسي للمجلة ، وتكون مهمة هؤلاء المسئولين بعد ذلك هي الوصول الى قرارات بالنسبة للعناصر التالية : -

١ - عنوان المجلة : Title

لابد وان يتم اختياره بعناية ، ينبغي ان يتصف بالوضوح ، وسهولة النطق ، والترديد ، والشيوع ، وغالبا ما يتكون من كلمة واحدة ، ترتبط بفرض المجلة ، وان يعد فنيا (يجمع - يرسم - يكتب) بشكل جيد ، لانه سوف يلزم المجلة طوال حياتها .

٢ - القطع : Format

ومعناه ابعاد المجلة | طولها وعدد اعمدها (وقد تستعمل الكلمة Format لتصف اساليب اخراج المجلة وبرنامجها العام (٥٣) .

وهناك ٤ تصنيفات للمجلة من حيث القطع (٥٤) هي :

التصنيف	الابعاد	نماذج
الكبير Large	٢٨ × ٤٠ سم (٤ عمود × ١٧٠ سطرا)	Bbony الامريكية ، و « الحوادث » البيروتية ، و « آخر ساعة » .
المسطح Flat	٢٥ × ٢٥ سم (٣ عمود × ١٤٠ سطرا)	Newsweek ، وحواء وروز اليوسف وصباح الخير والكواكب والصيد .
العادي Standard	٢٠ × ٢٨ سم (٢ عمود × ١١٩ سطرا)	National Geographic
الجيب او الصغير Pocket & Small	١٤ × ٢٠ سم (٢ عمود × ٨٥ سطرا)	Reader's Digest ، الهلال ، العربي ، طبيبك الخاص .

وقد هجر عدد كبير من الناشرين القطع الكبير ، وفقد الحجم الصغير او حجم الجيب تفصيله باستثناء الـ Reader's Digest

٣ - عدد الصفحات لكل طبعة :

وهناك اتجاه لتخفيض عدد الصفحات في كل المجلات ، بسبب النقص المستمر في الاعلانات ، ويرجع ذلك الى منافسة التلفزيون وارتفاع اسعار الورق - ولكن المجلات عادة ما تزيد صفحاتها بزيادة الاعلانات ، ونادرا

ما نجد الآن مجلة تستقر على عدد محدد للصفحات ، بل تحدد معظم المجلات رقما تدور حوله زيادة ونقصانا .

١ - القطع العام لصفحة المجلة : Time

ومساحة المطبوع منها .

٥ - دورية الصدور :

أسبوعية ، نصف شهرية ، شهرية ، ربع سنوية ، نصف سنوية أو سنوية .

٦ - وزن المجلة :

يتوقف هذا على وزن الورق ونوعه .

٧ - تصميم الغلاف :

أين ستوضع اللافتة Name Plate (اسم المجلة : عنوانها) وكيف ؟ وما الشكل الفني الذى سوف يظهر الغلاف به ؟ أو الطابع الثابت ؟

٨ - نوع الطباعة :

بارزة ، فائرة ، أم ملساء ؟ (٥٥) .

وفي بعض الاحيان قد ينسى المصمم فى حماسه لتصميمه وظيفته التصميم ، مثله مثل مصمم العريبات ، يبحث عن الجمال والمتعة البصرية ، بينما عليه أن يضع تصميمات تمتع البصر ويكون لها مبرر وظيفى فى وقت معا (٥٦) .

لذلك ينبغى عليه أن يفكر دائما فى قرائه : من حيث الجنس ، العمر ، الاهتمام ، المستوى الاقتصادى ، والتعليمى .

ويسأل دائما : ما الغرض من المجلة ؟ وكيف يمكن للمجلة أن تحقق ذلك الغرض ؟

وتكون الاجابة عن طريق أنماط معينة من المضمون الذى يوضع فى شكل فنى مناسب ، وقد يقفز سؤال آخر الى الذهن : هل سيحتاج

القراء الى قراءة قدر معقول من المتن « أم أن الجزء البصرى (المحتوى على الضور والرسوم) هو الأساس وسيكون له قيمة كبيرة فى تحقيق أغراضه ».

٢ - اختيار نوع الطباعة

اتساع نطاق عمليات الطباعة ، والتقدم التكنولوجى المضطرد ، فى أساليبها ، جعل عملية اختيار نوع الطباعة شديدا صعبا ، وعلى الرغم من ذلك فهناك عوامل نستطيع عن طريقها ، تقدير أى أنواع الطباعة صالح ومناسب ومثالى لطباعة مجلة ما ، وتشمل هذه العوامل (٥٧) :

A Vailability	١ - إمكانية الحصول عليها
Costs	٢ - التكلفة
Read line	٣ - آخر موعد لوصول المواد الى المطبعة
Number of copies	٤ - عدد النسخ
Type of paper	٥ - نوع الورق
Use of photographs	٦ - استعمال الصور
Quality level	٧ - مستوى الجودة

ولعل مقارنة سريعة لطرق الطباعة الثلاث الرئيسية تشرح كيف يمكن للمخطط أن يتخذ قرارا باختيار نوع من أنواع الطباعة الثلاث لطبع مجلة ، ونقا للعوامل السابقة .

(١) الطباعة من المسطح البارز Letter Press

تعتبر أكثر طرق الطباعة شيوعا وأقدمها وأوسعها انتشارا ويصطلح على تسميتها « عمليا » - نيبو - ، وتطبع بها جميع الجرائد ومعظم الكتب وبعض المجلات ، وعدد من المطبوعات ، وتنقسم الى نوعين : الطباعة المسطحة بنوعها المباشرة وغير المباشرة ، والطباعة الدوارة « الروتاتيف » والتي تطبع بها الجرائد وبعض الكتب والمجلات (٥٨) .

وأهم سمات الطباعة البارزة :

* سرعة عالية ، وكفاءة فى طباعة أحجام متنوعة من المطبوعات ، الملونة أو الاسود والابيض فقط .

* كفاءة عالية خلال دورانها .

* اللوحات الطابعة تكون بشكل عام أكثر تكلفة عن مثيلتها في الطباعة من المسطح الأملس (الملساء) ولكنها أقل تكلفة تقريبا من الطباعة من السطح الغائر .

* قدرة على الطباعة من الجمع اليدوى أو الآلى للحروف ، وأيضا من اللوحات الطباعية الاصلية أو المنسوخة .

* اللوحات المنسوخة (طبق الأصل) تكن أغلى نسبيا وأكثر أنواعها استعمالا هي الالكتروتايب والستريوتايب ، واللوحات البلاستيك والمطاط .

* تطبع بشكل جيد على ورق الكتب ، وفي حالة طبع لوحات ظلية halftones ينبغي أن يصقل الورق Coated أو يلمس Calendered .

* قبول للورق من أى سمك ابتداء من أرق الأنواع الى أسمكها .

* عندما يتم الطبع من حرف معدنى أصلى أو ساليبات ، يمكن تغيير أى حرف من المطبوع بدون الحاجة لطباعة كل اللوحات الجديدة .

* قدرة على الطباعة قصيرة المدى من حروف وكليشيهات ، التى تناسب المطبوعات التى تتطلب ترقيما كالذاكرة والاستمارات ، والبطاقات ، والمطبوعات الطويلة الدقيقة الدوارة حيث يمكن استهلاك اللوحات المعدنية الطابعة عبر عدد من الطباعات .

* استخراج التجارب (البروفات) رخيص نسبيا .

* تتطلب كثيرا من الوقت للتحضير النهائى للكليشيهات ، ونحوها بوضع الورق المقوى تحتها لى تبرز على نحو متساو (لا تفاوت فيه) لتعوض عن السمك المنوع للمواد المستعملة : الحروف ، اللوحات الطابعة ، الكليشيهات . . . الخ (٥٩) .

٢ - الطباعة من السطح الغائر Rotogravure

وهى عكس الطباعة من السطح البارز ، حيث تكون الحروف والأشكال المراد طبعها محفورة وغائرة في السطح وليست بارزة عالية . وتنقسم طرق الطباعة الغائرة كذلك الى نوعين هما : الطباعة الغائرة المسطحة (✱) والطباعة الغائرة الدوارة ، والآخره أكثر شيوعا

طبعت مجلة الصور بهذه الطريقة في سنوات صدورها الاولى .

واستعمالا في عدد كبير من المجالات خاصة المصورة ومن أمثلتها كل مجلات دار الهلال والمصور ، حواء ، الكواكب ، سمير ، ميكي ، الهلال) . وكذلك مجلتا السينما والمسرح ، والسينما والناس ، وعدد من المجلات المتخصصة ، والتي تستخدم الالوان بنسبة كبيرة ، كما استعملتها بعض الجرائد المصرية لفترة - لطبع الملاحق Supplements أو الاقسام الإضافية بها Insertions التي كانت تصدرها بعض جرائدنا في بداية السبعينات مثل : ملاحق الاخبار ، والجمهورية ، والصفحة الأخيرة - الموضوع الرئيسي العلوى - المصور في جريدة الاهرام .

ويصطلح على تسمية هذا النوع من الطباعة بالروتوغرافور .

واهم سمات الطباعة من السطح الفاتر : -

- * كفاءة عالية ، وطباعة سريعة للمواد المطبوعة الملونة وغير الملونة .
- * كفاءة متسقة خلال الدوران .
- * تعطى نتائج جيدة في الالوان والاسود والابيض عن كل انواع الطباعة .

* أكثر اقتصادا للطبعات ذات الاعمدة الضخمة Long runs في سرعة عالية وبوضوح تام ، والطبعات ذات الاعمدة القليلة Short runs يمكن أن تطبع بسعر افضل من سعر الطباعة من السطح البارز أو الطباعة من السطح الاملس وبالجودة نفسها .

* تكلفة اللوحات المعدنية أو الاسطوانات اقل من لوحات الطباعة من السطح البارز أو الاملس ، وكذلك عمل نسخ منها ، ولكنها تدوم وقتا أطول .

* قدرة على الطبع على الاسطح مختلفة النوعية ، ولكن نتيجة الطبع على الورق الاملس أو المصقول تكون افضل ، وكذلك يكون الطبع جيدا على الورق الرخيص غير المصقول ، ومثال ذلك ملاحق الاحد Sunday Supplements التي تطبع بالطريقة الفائرة في المملكة المتحدة مثلا .

* التصحيحات Conglomerates تكلفتها عالية لانها تتطلب لوحا معدنيا جيدا .

* التجارب Proofs (البروفات) تكون اقل تكلفة عنها في كل من الطباعة من السطح البارز أو الاملس .

* أفضل لطباعة الصور ذات الدرجات اللونية Tones المستمرة ،
 عنها في الطباعة من السطح البارز خاصة تلك التي تكون لها زوائد
 رفيعة Strakes أو حروف ذات زنايات Serifs أو في
 حجم أقل من بنط ٩ .
 * تعطى تأثير قويا في الدرجات اللونية المستمر (٦٠).

٣ - الطباعة من السطح الاملس Lithography

وتقوم نظريتها على قاعدة ان الماء والدهن لا يمتزجان ، وكان الاصل
 في هذا النوع من الطباعة استخدام الحجر الجيري ليكون هو السطح
 الطابع على أساس معالجته كيميائيا ونقل الاشكال المطلوب طباعتها
 عليه باستخدام حجر وطباشير دهني ثم ترطيبه بالماء وتحبيرة ثنائية
 بالحبر الدهني حيث يعلق بالاجزاء المراد طبعتها ولا يعلق بالاجزاء الاخرى
 فتظهر بيضاء عند اجراء عملية الطباعة ، غير ان هذه الطريقة كانت تنقسم
 بالبطء الشديد فضلا عن التقصير الذي يشوب عملية اعداد السطح
 الطابع واتمام الطباعة ، مما دعا الى ضرورة تطويرها لتصبح ايسر واسهل
 وادق ، وبالفعل استبدل الحجر الجيري بالالواح المعدنية الرقيقة كما
 استخدم التصوير الفوتوغرافي في نقل الاشكال الى سطح هذه الالواح فضلا
 عن استخدام الطباعات الدوارة (٦١) .

ويصطلح على تسميتها في مطابعنا : بالاونست ، ويستخدم هذا
 النوع من الطباعة في طبع معظم المجلات العالمية مثل Paris - Match, Life,
 News week, Time وفي مصر يستخدم في طبع أغلفة
 بعض المجلات العامة المصورة مثل آخر ساعة والمصور وبعض
 ملاحقها واعلاناتها .

ومؤسسة روزاليوسف اولى الدور الصحفية التي ادخلت هذا
 النوع من الطباعة ، حيث تطبع به الآن : مجلات روز اليوسف ، صباح
 الخير ، تجارة العرب ، الوادي والكتاب الذهبي ، وكل المطبوعات
 التجارية التي يقوم بتنفيذها القسم التجاري .

واحد ثمؤسسة صحفية في مصر ، وهي مؤسسة أكتوبر تستعمل
 هذه الطريقة في طبع المجلة التي تصدرها وهي مجلة أكتوبر
 منذ عام ١٩٧٦ .

واهم سمات الطباعة من السطح الاملس :

* قدرة على طبع مطبوعات من احجام متنوعة ، ملونة وغير ملونة
 وبتكلفة رخيصة نسبيا .

- * تتطلب مزيدا من الانتباه عن الطباعة البارزة أو الغائرة للاحتفاظ بالصورة متسقة خلال الطباعة .
- * اللوحات المطبوعة تكون رخيصة نسبيا وتتطلب وقتا قصيرا لتجهيزها بالمقارنة باللوحة المطبوعة في الطباعة من السطح البارز والغائر .
- * اللوحات المنسوخة تكون أقل تكلفة .
- * اللوحات المطبوعة يمكن أن تطبع من سالبات الفيلم أو ايجابياته .
- * كفاءة عالية في الطباعة على الورق الاملس والمصقول ، وقدرة على الطباعة الفعالة على الورق ذي السطح الخشن أيضا .
- * التصحيحات Corrections تتطلب تجهيز لوحة جديدة ولكن اللوحات ليست غالية التكلفة .
- * التجارب Proofs (البروفات) يمكن سحبها اما على آلة الطباعة نفسها ، أو بواسطة آلات خاصة للتجارب .
- * تعطى المصمم حرية ابداعية كبيرة وتنوعا كبيرا ، ومن السهل طباعة الظليات halftons ، والدرجات اللونية (tones) الناعمة والدقيقة (٦٢) .

٣ - اختيار اسلوب الجمع

هناك أربعة أساليب لجمع الحروف Typesetting في أي مطبوع صحفى وهي :

١ - الجمع اليدوى Handset

وفيه تجمع الحروف باليد ، ولم يتغير هذا الاسلوب منذ عصر جوتنبيرج في القرن الخامس عشر ، فمزال عامل الجمع (الجميع أو الموضب) يعمل بالادوات نفسها : الصندوق والمصف وجدول المصف التي تضم داخلها مجموعة (اطقم) الحروف الطباعية المسوكة بأحجام مختلفة وادوات معينة يستعين بها العامل على انجاز مهمته . ويعيب هذا الاسلوب البطء الذى يناسب احتياجات الصحافة في القرن العشرين .

٢ - الجمع الآلى Machine set

وفيه تجمع الحروف آليا ، ويتم تشكيل الحرف من المعدن المصهور .
لهذا السبب قد يسمى الحرف (المجموع آليا) بالحرف الساخن hot type

وقبل ان يتم الوصول الى أسلوب الجمع التصويرى كان
الجمع الآلى أكثر انواع الجمع استعمالا ، وهناك أربع آلات شهيرة
للجمع الآلى :

(أ) آلة اللينوتيب Linotype :

تتميز بجمعها الحروف سطرا سطرا ، وتوفر الوقت والجهد ،
ولكن أى خطأ فى السطر يستدعى جمعه كله ، وهى تصلح للجرائد
والمجلات .

(ب) آلة المونوتيب Monotype :

وتتميز بجمعها للحروف حرفا حرفا ، وتأخذ وقتا وجهدا ، وإذا حدث
خطأ يستدعى ذلك إعادة جمع الحروف فقط ، وتصلح لجمع متن الكتب
والمطبوعات الدقيقة .

(ج) آلة الانترتيب Intertype :

وتجمع الحروف سطرا سطرا ، ولهذا تسمى اللينوتيب والانترتيب
أحيانا الى Line Casting Machine أى آلات الجمع السطرى ، وهذه
الآلات الثلاث تستخدم لجمع المتن - أما العناوين فكانت ترسم بالريشة
على يد الخطاط ، حتى ظهرت آلة خاصة بجمع العناوين .

(د) آلة لادلو Ludlow :

وهى متخصصة فى جمع العناوين من أبناط مختلفة ، وإن كانت بعض
المجلات المصرية حتى الآن ، لا تستعمل فى كتابة عناوينها الا ريشة
الخطاط .

٣ - الآلة الكاتبة Typewriter

وفيه يتم جمع الحروف عن طريق الآلة الكاتبة وتسمى هذه الطريقة
بالـ Typewriter Composition ، أو الـ Typography وتستعمل
فى المطبوعات التى ترصد لها ميزانية قليلة ، ولا نحتاج فى المتن الا للحروف

فقط ١ بدون صور أو رسوم ، وتزود بوحدة حاسب الكترونى ١ وشريط ممغنط ١ وهى مرتفعة التكلفة وغير شائعة فى الصحف أو المجلات ، ولا تستعمل فى مصر الا فى مؤسسة الاهرام .

١ - الجمع التصويرى Photocomposition

أحدث تطور فى صناعة آلات الجمع ١ وهو أسرع وأرخص - نسبيا - وأكثر أساليب الجمع مرونة بوسائل تصويرية وتصلح آلاته للاستخدام مع الطباعة من السطح الاملس (الافست) أكثر من غيرها (٦٣) أدخلته جريدة الاهرام مؤخرا ١ ويستخدم الآن فى جمع الحروف فى مجلة أكتوبر ، ومجلى روزاليوسف وصباح الخير ، وأدخلته مؤخرا مؤسسة التعاون وتطبع به بعض صفحاتها .

١ - اختيار نوع الورق

يشكل الورق عنصرا أساسيا فى العملية الطباعية ١ فميكانيكا إنتاج المجلة مثلها فى ذلك مثل أى مطبوع آخر تتكون من ثلاثة عناصر رئيسية : الحروف والكليشوهات (السطح الطابع) والحبر والورق .

ويصنع الورق من لب الخشب أو من القش أو القنب أو النباتات أو الخيزران أو الجوت ، أو من بقايا نسيج الكتان أو القطن أو الخيش ، بسطها حتى تصير على شكل ورق دقيق بسبك معين ، وتعامل بعض أنواع الورق - بعد إنتاجه - بالصقل ، عن طريق الضغط أو باضافة مواد أخرى تكسبه لمعانا وزيادة فى الوزن (٦٤) .

الورق المستعمل فى الطباعة :

هناك خمس فئات رئيسية للورق الذى يستعمل فى الطباعة هى :
ورق الجرائد Newsprint ، وورق الكتاب Book Papers ، وورق الكتابة Writing Papers ، الورق المقوى Card Boards ، والورق الشيتت Miscellaneous .

الفئة الاولى : ورق الجرائد Newsprint

وهو ورق رخيص يصنع من الشجر الخشن ١ وكما يبدو من الاسم يستعمل فى طباعة الجرائد ، والإيصالات والإعلانات والمنشورات ١ كما يستعمل فى طباعة المجلات Comics ، والمجلات المطبوعة على ورق رخيص Pulp التى تسمى بهذا الاسم Pulpies أو Pulps نسبة لنوع الورق .

وقد يكون هذا الورق خشناً ، تنفذ اليه السوائل لدرجة انه لايتحمل
عمليا الحفر engravings ، باستثناء الكليشيهات الخطية Line cuts
فقط ، وتستعمل الجرائد والمجلات نوعا من ورق الجرائد يناسب الحصول
على كليشيهات شبكية خشنة .

الفئة الثانية : ورق الكتاب Book Papers

ويأتى فى عدة اوزان وتشطيبات مختلفة ، ويتالف من اقرخ فاعمة تنفذ
منها السوائل الى الدرجات الناعمة من الورق الناعم المصقول ، ويستعمل
فى طباعة الكتب والمجلات والكتالوجات والبرامج والنشرات والادلة ، ويضم
ورق الكتاب عدة انواع :

١ - الورق المشطب آليا Machine finished

وهو ورق رخيص ، ولكنه أجود عن الـ Newsprint وله كفاءة
تؤهله ليكون الورق المفضل للمجلات ذات التوزيع الكبير ، ويتم تنعيم هذا
النوع من الورق بتمريره بين اسطوانتين للتشيف ، وهى عملية «تنعيم»
أو « تلميس » calendering ، ويعطى هذا النوع نتائج جيدة بالنسبة
للمواد المصورة ، وان كان لايعطى تفاصيل الصورة جيدا .

٢ - الورق البالغ الصقل Super Calendered

نوع يتميز بالخشونة ، وسطحه لامع يقشرب الحبر ، افضل من
سابقة ويستعمل فى الطباعة الفاخرة كالمجلات الدعائية والاعلانية .

٣ - الورق المرتب حسب حجمه والبالغ الصقل

Sized and Super calendered

الورق الاخشن من سابقه ، والافضل لطباعة المواد الظلية والصور .

٤ - الورق المصقول اللامع Coated Enamel

وهو افضل للظلال الناعمة ، اعلى سعرا ، وسطحه انعم ، ويسمى
بالورق المصقول ، ويتمتع بقدره على البقاء ، ووزنه اثنيل من
النوعين السابقين .

٥ - الورق الاوفست Offset Paper

وهو مقاوم للماء ، لذلك نجده يضع خصيصا ليلائم الطباعة من السطح
الاملس (الاوفست) .

٦ — الورق العتيق Antique Paper

ورق ناعم ، تنفذ اليه السوائل ، ويستعمل أساسا لطباعة الكتب ، حيث الصور غير ضرورية ، ولطببع الأدلة وبرامج الدعاية .

٧ — الورق الانجليزي المصقول English Finished

ويشبه الورق العتيق ، ولكنه انعم .

٨ — الورق المصقول الخاص Special Finished

لمطبوعات الأكثر تكلفة والأعلى سعرا والتي تهدف لاحسدا متناثر بصري قوى وخاصة تلك التي تتطلب ورقا أملسا ذا سطح مصقول صقلا جيدا وغالبا ما يكون ثقيل ، ويشمل هذا النوع داخله أصناف من الورق مثل :

Stain Pebbled, Wover Paper, Laid paper, Liverfinishes finish,

الفئة الثالثة : ورق الكتابة Writing papers

ويستعمل هذا النوع في الكتابة ، وقد صنع هذا الورق ليتلقى حبر الأقلام وحبر الطباعة ، وبعض أنواع هذه الفئة تحتوى على أنسجة من خرق الملابس Reg Fibres ، ويسمى Reg content paper ، وقد يعرف بالاسماء التالية : Mimograph Bonds Ledgers Bonds .

الفئة الرابعة : الورق المقوى Card Boards

وهو نوع خشن سميك ، ويستعمل في صنع أوراق التذاكر ، والملفات والملصقات والمطبوعات التي تتطلب ورقا سميكاً خشناً وأغلفة الكتب ومن مشتقاته الـ chip board ، والـ Gray Coloured Board وهو أرخص .

الفئة الخامسة : الورق الشبث Miscellaneous

ويتدرج تحتها أنواع أخرى ، كالورق المصمغ بصبغة مصقولة على وجه واحد Gunmed Paper with glue coating one side وكذلك الورق الخفيف الرقيق الذي يستعمل كأفرخ ثابتة في صنع خطابات البريد الجوي ونوع آخر سميك له قدرة على الامتصاص .

كانت هذه هي الفئات المختلفة للورق . . فماذا عن أصناف الورق الموجودة في السوق المصرية من حيث الوزن [وزن المتر المربع منه بالجرام] ، ومقاس الفرخ منه ؟ هذه هي الاصناف المتوفرة من الورق في السوق المصرية :

١ — **الجرنال** : وزنه ٥٢ — ٦٠ جرام ، مقاس ١٠٠×٧٠ سم ، وهو ورق خشن الملمس داكن اللون ، وتطبع عليه الجرائد والمطبوعات الاعلانية الرخيصة .

٢ — **الساتينيه** : وزنه ٦٠ جرام ، و ٦٢ جرام ، ومقاسه ١٠٨×٧٠ سم وهو أنعم ملمسا من ورق الجرنال وداكن اللون كذلك ، وأعلى قليلا منه في الثمن ، وتطبع عليه المجلات والمطبوعات الاعلانية غير القيمة .

٣ — **ورق الطبع الابيض** : وأوزانه ٦٠ ، ٧٠ ، ٨٠ ، ١٠٠ ، ١٢٠ جرام ، ومقاسه ١٠٠×٧٠ سم ، ومنه ما هو ناعم (سوبر) ، وما هو خشن الملمس ، ويستخدم في طباعة الكتيبات ودفاتر البيانات وغيرها ، كما أن الناعم منه يصلح لطباعة الالوان .

٤ — **الازوريه** : وهو ورق سماوى اللون مشرب بالخضرة ، زنة ١٠٠ جرام ، مقاس ١٠٠×٧٠ سم ، ويستخدم في طباعة الخطابات القيمة ودفاتر السجلات التى يدوم استعمالها فترة طويلة من الزمن .

٥ — **الكوشيه** : وهو ورق ابيض ناعم الملمس يغطى أثناء انتاجه بطبقة من الطين الخزفي تكسبه سمكا ولعانا ، وأوزانه يتراوح بين ١٠٠ و ٢٥٠ جرام ، ويستخدم في المطبوعات الراقية ، وبخاصة اذا احتوت على صور والوان ، ويصلح للمطويات والكتيبات وأغلفة المجلات وما اليها .

٦ — **المانيفولد** : وهو ورق خفيف يتراوح وزنه بين ٣٠ ، ٤٠ جرام ، ومقاسه ٨٦×٥٦ سم ، ويستخدم في صور الخطابات او المستندات ، ويطلق عليه أحيانا اسم « ورق الارز » وتتوفر منه خمسة ألوان هي : الابيض ، والفسقى ، والسماوى ، والبهبى ، والاصفر .

٧ — **البرشمان** : وزنه ٦٠ جرام لامع ، مقاسه ١٠٠×٧٠ سم ، وتتوفر منه ثلاثة ألوان هي : الاصفر والبهبى والسماوى ، ويستخدم في طباعة الخطابات التى لها أهمية خاصة .

٨ — **الافيشي** : وهو أبيض أو ملون لامع من أحد وجهيه وخشن من الوجه الآخر ، ووزنه ٦٠ ، ٧٠ ، ٨٠ جرام ، ومقاس الفرخ منه ١٠٠×٧٠ سم ويصلح لطباعة الاعلانات الملصقة .

٩ — **الساقيت** : زنة ٤٠ ، ٥٠ جرام ، ومقاس الفرخ ١٠٠×٧٠ سم ، ويتوفر منه لونان هما الأبيض والأصفر الفاتح ، وله وجه ناعم والآخر خشن ، ويستخدم في طباعة البطاقات التي تلتصق على الزجاجات .

١٠ — **الكرومو** : زنة ١٠٠ جرام ، ومقاسه ١٠٠×٧٠ سم ، وأحد وجهيه أبيض ناعم ، والآخر خشن ، ويستخدم في طباعة البطاقات التي تلتصق على الصفيح .

١١ — **الورق الذي يتشرب الحبر** : وهو ورق خشن يستخدم في نسخ صور الموضوعات المكتوبة على ورق الاستنسل ، وهو يتشرب الحبر فوراً ، ووزنه ٦٠ أو ٧٠ جرام ومقاس الفرخ منه ٨٦×٦٦ سم .

١٢ — **البريستول** : وهو ورق ثقيل الوزن منه ما هو ناعم الملمس وما هو خشن شيئاً ما ، ويستخدم في أغلفة الكتب أو طباعة بطاقات الزيارة أو الدعوة ، وهو من أوزان تتراوح بين ١٨٠ و ٢٥٠ جرام ، ومقاس الفرخ منه ١٠٠×٧٠ سم .

١٣ — **البرسبان** : وهو ورق ناعم لامع من الوجهين ، وزنه ٢١٠ جرام ، مقاس ١٠٠×٧٠ سم ، ومن ألوانه الأزرق ، والأحمر والأخضر والبني ، وكلها داكنة ، ويستخدم في عمل الدوسيهات وأغلفة الكراريس والكتب .

١٤ — **الورق العاجي** : وهو ورق منقوش السطح غير ناعم الملمس ، وزنه ٢١٠ جرام ، مقاس ١٠٠×٧٠ سم ، ومنه ألوان هي الفستقي ، والبني والأصفر ، ويصلح لأغلفة الكتب وبطاقات الدعوة .

١٥ — **الدوبلكس** : هو ورق ثقيل الوزن حيث يتراوح بين ١٢٠ و ٢٥٠ جرام ، مقاسه ١٠٠×٧٠ سم ، واحد وجهيه أبيض ناعم ، والآخر خشن ، ويستخدم في صناعة العلب الورقية (كعلب السجائر والدواء والمنظفات الصناعية) .

١٦ — **الكرتون** : وهو ورق ثقيل جاف ، منه ما هو رمادي اللون وما هو

أبيض ، يستخدم الرمادي منه في صناعة بعض أنواع العلب (كعلب الاحذية) وفي أغلفة السجلات وتغليف الكتب القيمة ونتائج الحائط بعد تغليفه بنوع آخر من الورق أو القماش ، أما الكرتون الأبيض فيستخدم في طباعة نتائج الحائط أو لوحات العرض في المتاجر أو بطاقات الاسفار وما إليها ، ويتراوح وزن الكرتون بنوعيه ما بين ١٠٠ و ٣٠٠ جرام ، ومقاس الفرخ منه ٧٠×١٠٠ سم .

١٧- المانيلا : وهو ورق لين الى حد ما ، يستخدم في صناعة الدوسيهات ، وطباعة أغلفة الكتب ، ووزنه ٣١٠ جرام ومنه مقاسان هما ٧٦×٥٦ سم ، و ٧٠×١٠٠ سم ، ومنه ألوان هي : البني والفستقي والسمني .

١٨- ورق الغلاف ، وهو سمني اللون أو أبيض ، وزنه ٦٠ جرام ، ومقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، ويستعمل في تغليف الدفاتر التجارية كالإيصالات والفواتير .

١٩- الورق المصمغ : وزنه ٦٠ جرام ومقاسه ٤٤×٥٦ سم ، و ٤٦×٥٦ سم ، وهو من ألوان متعددة ، ووجهه غير الملون مصمغ ، يستخدم في صناعة البطاقات .

٢٠- الورق الشجري : وهو ورق مجزع اللون منه ألوان متعددة وزنه ٦٠ جرام ومقاسه ٧٠×١٠٠ سم ، ويستخدم في تبطين الغلاف الكرتوني من الداخل حتى يخفى آثار لصق الغلاف الخارجي للكرتون .

٢١- الكرافت : وهو ورق داكن سمني اللون ، وزنه من ٦٠ الى ١٠٠ جرام ، يستخدم في اللف والتجليد .

وأهم المقاسات لافرخ الورق وتسميتها وفقا للاصطلاحات الشائعة في اسواق الورق والطباعة :

٧٦×٥٦ سم	جاير مجير
٨٢×٥٧ سم	جاير
٩٢×٦٠ سم	جاير جاير
٦٥×٥٠ سم	قالبين مفسرد
١٠٠×٦٥ سم	قالبين مجوز
١٠٠×٧٠ سم	قالبين مجوز كامل

وهناك مقاسات أخرى سبق الحديث عنها مثل :

١٠.٨x٧. للورق السلتنية
١٢.٠x٩. للورق السكرانفت
٨٦x٦٦ للورق الذى يتشرب الحبر .

ويباع الورق اما على لفائف (بوبينات) بالوزن ، او على شكل رزم تضم الواحدة منها ١٠٠٠ او ٥٠٠ ، او ٢٥٠ فرخ ، غير ان ذلك لا يراعى بدقة فمثلا قد يتراوح عدد الافرخ فى الرزمة المكونة من ٥٠٠ فرخ فيما بين ٤٨٠ و ٥١٦ فرخا .

ويستعمل لفظ News Print لورق الجرائد ، اما ورق المجلات الذى يهمننا هنا — فيطلق عليه Stock

الورق المستعمل فى طباعة المجلة :

تطبع المجلات على ثلاثة انواع فقط او فئات من بين الفئات الخمس السابق الاشارة اليها وهى : ورق الجرائد News Print ، وورق الكتاب Book Papers ، والورق المقوى Card boards

وفى صنع الاغلفة Covers

يستعمل الورق المقوى Card Board وذلك لانه اسبك وأكثر دواما واصقل من الورق الذى سوف يستخدم فى طبع جسم المجلة .

وجسم المجلة او صفحاتها الداخلية او المتن : Text

يطبع من ورق الجرائد News Print ، او من ورق الكتاب خاصة الورق العتيق antique والورق المشطوب / آليا machine finished ، والورق البالغ الصقل Super Calendered ، والورق المصقول اللامع Coated Enamel ، والورق المصقول الخصوصي Special finished وبعض الدوريات الصغيرة التى لا تزود اغلفتها بالصورة تستعمل جسم ورق المجلة نفسه فى طبع الغلاف .

وبعض المجلات تستخدم انواعا عديدة من الورق فى طبعة واحدة . ورق خاص لطباعة الغلاف ، ونوعا لطباعة الصفحات الداخلية ، ونوعا ثالثا لطباعة ملحق ، ونوعا رابعا لطباعة كوبون او اضافات داخلها

(مثلما تفعل مجلة *Journal* حين تضع بطاقات أو كويونات للاستراكات داخلها في مساحة تختلف عن مساحة الصفحة) .

وهكذا نرى أن اختيار نوع من الورق لطباعة المجلة يكون مزيجا من حكم شخص وعوامل ومؤثرات أخرى تشمل : نوع الطباعة حيث يتطلب كل نوع ورقا له سمات مختلفة ■ واعتبارات التصميم الاساسى للمجلة ، واعتبارات التكلفة ، ووظيفة المجلة وعلى المخطط أن يندقق في نوع الورق وكفاءته وحجمه بالنسبة لجسم المجلة ■ والغلاف مما يتطلب التشاور مع الطابع .

٤ — اختيار نوع الحبر :

الحبر هو احد عناصر ثلاثة — كما سبق أن بينا — مع الورق والسطح الطابع تشكل أساس العملية الطباعة ميكانيكيا ■ وقد عرفت احبار الطباعة — في اصولها الاولى — منذ فترة طويلة قبل اختراع جوتنبرج للطباعة بالحروف المعدنية المتحركة ، وكان الصينيون يستعملون احبار الطباعة قبل ٣٠٠ سنة من ميلاد المسيح للطباعة من كل خشبية .

وهناك مكونات ثلاثة اساسية للحبر الطباعي :

(ا) الصبغة Pigment

وهي مادة أو مسحوق مطحونة طحنا جيدا ، وقد تكون عضوية (حيوانية أو خضروات) أو غير (معدنية) وهي التي تعطي الحبر اللون الخاص به .

(ب) الحامل Vehicle

وهو نوع من الورنيش *Varniche* والمواد الزيتية المختلفة كزيت بذرة الكتان ، الزيوت البترولية ، زيت الراتنج أو الكحول ويشكل الغنصر السائل الذي تمتزج داخله الصبغة الملونة والمكونات الاخرى ، ويقوم بدور الحامل أو الناقل للصبغة والمثبت لها على السطح المطبوع ، ومسئول عن اللمعان والخشونة أو الصلابة .

والاحبار التي تتدفق بسرعة تسمى طويلة ، والتي تتدفق ببطء تسمى قصيرة ■ ويؤثر على ذلك نوع المطبعة وطريقة الطباعة .

(ج) المجفف : Drier

مادة تضاف الى الحبر لتساعده على التحكم فى زمن الجفاف ، وتصنع من زيوت البترول والملح المعدنى او المركب ، والشمعيات Waxes ، وقد تضاف مركبات لتمنع تجمد الحبر ، والتصاق الفرخ الورقى ، ولتقوية المقاومة ، وقد تضاف أيضا الشحوم ، وزيوت التشحيم ، والزيوت المجففة والمذيبات لتساعد على الطباعة الحادة بتحسين الجفاف ومنع التحجر والعوامل المانعة للالتصاق بفعل الجفاف الزائد .

وبذلك يساعد هذا المجفف والمركبات الاخرى على الاحكام فى تفاعل المزيج المتكون فكل طريقة طباعة تتطلب حبرا له سمات مختلفة والحبر المستعمل يحدده أيضا نوع المطبعة وسرعتها ، وعملية الطباعة والسطح الطابع والاستعمال النهائى للمطبوع ، بحيث يقسم البعض احبار الطباعة الى ثلاثة انواع رئيسية : بارزة وملساء وغائرة بشكل يتبع انماط الطباعة ، وقد تقسم بشكل يتبع انواع او فئات الورق الرئيسية ، وان كان التقسيم الشائع لانواع الحبر الطباعى هو :

١ — حبر طباعة الجرائد News ink : حبر خفيف القوام ، ويجف عن طريق نفاذه او توغله او تخلله للورق ويستعمل أساسا مع ورق الجرائد .

٢ — حبر الأشفل Job ink : حبر غليظ القوام للطابعات المتوسطة فى معدل العمل .

٣ — الحبر الغليظ Bond ink : حبر غليظ جدا ويستعمل الورق من نوع الـ Bond والـ Ledger التى تتميز بالتشطيبات الخاصة Finishes التى تعد أحد انواع ورق السكتاب .

٤ — حبر الظلال Halftone ink : حبر ناعم ، دقيق ، يستعمل مع الورق المصقول ، ولطباعة الظلال .

٥ — حبر الغلاف Covev ink : وهو حبر خشن جدا ، كامل التشكيل يستعمل مع الورق المستعمل فى طباعة الاغلفة وهو الورق الخشن Card boards من الصبغة والحامل بشكل جيد وقد يكون مؤثرا وليس ضارا (٦٥) .

واحبار الطباعة تجف بطريقة او بمزيج من أكثر من طريقة من الطرق الاتية :

١ - الامتصاص Absorbtion او التوغل Penetration

وذلك عندما نستعمل حبرا رقيقا جدا ، وقد يكون الحامل غير مجفف يمتص الحبر في هذه الحالة بواسطة الانسجة الداخلية للورقة ، حيث تبقى رطبة لبعض الوقت .

ب - الاكسدة Oxidation او الاختزال (البلمرة) Polymerization :

وهو أسلوب لتجفيف الحبر على مرحلتين يستعمل في معظم الأحبار في الطباعة من السطح البارز أو من السطح الأملس ، ويمتص الأكسجين عن طريق الزيت المجفف ، ويتبعه جزء من الحامل عن طريق تخلل الأكسجين لحبر الفيلم ثم يخشن بعد ذلك .

ج - التصعيد Volatization او التبخر Precipitation :

أسلوب للجفاف يعرض القطعة المطبوعة الى الماء في شكل بخار ، وتؤدي رطوبة الماء الى خروج الحامل بعيدا عن المحلول ليظهر مثبتا الصبغة بقوة الى الورق .

٦ - احبار خاصة Specialty ink :

ويوظف لأغراض طباعية خاصة ، في طبع ورق السوليفان - على سبيل المثال - وورق الشمع ، وقد تمزج بعض الأحبار للحصول على لون معين، وينصح في ذلك بضرورة البدء باللون الأخف، وإضافة كميات قليلة من اللون الأكثر قتامة اليه (٦٦) .

المعلومات الفنية الأساسية

المطلوبة للتخطيط للمجلة :

وفي حالة وجود ، أو شراء ، أو تأسيس مطبعة خاصة بالمجلة ، تنتقل هذه القرارات الفنية التي تم التوصل اليها الى المسؤولين عن هذه المطبعة والاقسام الفنية المختلفة في المجلة للتنفيذ .

وفي حالة عدم وجود مطبعة خاصة للمجلة ، قد يتم الاتفاق مع مطبعة رأسا ، أو يتم طرح عملية مشروع طبع المجلة في مناقصة ، قد يعلن عنها في الصحف ، أو ترسل خطابات بها الى المطابع ، فيما يسمى بـ « كراسة المناقصة » الى عدد من المطابع ، وتلخص فيها المواصفات الفنية أو الشكل الفني للمجلة الذي يعد النتاج العملي أو التطبيقي لتلك

القرارات الأساسية التي اتخذها المخطط لإصدار المجلة على المستوى الفني وهي التي تحدد :

- ١ — حجم المجلة (الأبعاد الخارجية لنسخة مفردة) .
- ٢ — عدد الصفحات لكل طبعة .
- ٣ — عدد الطباعات في السنة .
- ٤ — عدد النسخ من كل طبعة .
- ٥ — أبعاد المادة المطبوعة (بالكور) .
- ٦ — العدد التقريبي للمواد المصورة Illustrations سواء كانت صوراً ظلّية أو خطية أو كلاهما ، وتعريف الطابع عما إذا كان سيقوم بصنع الكليشيهات — بالنسبة للطباعة البارزة — أو سيزود بها ، وإذا لم يكن لأحد من المسئولين عن المجلة خبرة في هذا المجال ، فمن الأفضل جعل الطابع مسئولاً عن الكليشيهات .
- ٧ — عدد ألوان الحبر للصفحات الداخلية والغلاف .
- ٨ — الحروف والأبناط المطلوبة : الأنواع والأحجام .
- ٩ — الورق : حجمه ونوعه ووزنه ، بالنسبة للصفحات الداخلية وللغلاف .
- ١٠ — التجليد : هل هناك غلاف خارجي من ورق المجلة نفسها ، أو من ورق من نوع آخر ؟ أسلوب تصميم الغلاف ؟ كيف سيتم تجليد الصفحات : هل بالسلك ، أم بالخيط ، أم بالتثقيب ، أم بالتدبيس ، أم باللصق .
- ١١ — التجارب (البروفات) العدد والنوع سواء كانت بروفات جالية (سلخ) أو بروفات صفحات ، أو بروفات نهائية للعسدد ، من سيتسلمها ومتى وأين ؟
- ١٢ — أسلوب التوزيع : أين سوف يتم تسليم النسخ المطبوعة من المجلة ؟ ولن ؟ وبأي أسلوب ؟ هل سيرسلها الطابع بالبريد ؟ أم ستقوم إدارة المجلة بعملية التوزيع ؟ أم ستقوم المؤسسة التي تطبع فيها المجلة بتوزيعها أيضاً مثل مجلة النصر التي تطبع وتوزع عن طريق

دار الهلال — اذا كان لديها ادارة للتوزيع ٢

وعند الوصول الى اتفاق مع طابع بدون مناقصة ، أو عند رسو المناقصة عليه ، يقوم الطابع وعلى أساس المعلومات السابقة بتزويد ادارة المجلة بعينات للصفحات وأيضا بتقدير للتكلفة ، لكي يراجع المخطط تخطيطه ويتعرف على انكائيات المطبعة والطابع (٧٦) .

العقد النهائي :

بعد اختيار الطابع يكون من الضروري الحصول على عقد رسمى مع هذا الطابع ، قد يكون العقد سنويا ، لمدة ستة شهور أو ثلاثة ، وبعض دور النشر — مثل دار أخبار اليوم — تشترط دفع تأمين قبل البدء فى طبع مجلة ما ، ويغطى عقد الطباعة الذى يوقعه رئيس التحرير أو المدير العام مع الطابع على هذه النقاط :

١ — السعر ، أو نفقة الطباعة مقسمة الى فئاتها المختلفة : الجمع ، التوضيب ، الطبع ، التجليد ، التغليف .

٢ — الجدول الزمنى : أو تحديد أيام العمل المطلوب فيها تسليم المواد وتسلم البروفات ومراجعتها وتسليم نسخ المجلة المطبوعة .

٣ — تحديد الشخص المسئول فى المطبعة عن المجلة ، واسلوب التعامل معه .

٤ — اجراءات الارسال بالبريد ، ونفقاته ، أو اسلوب نقل النسخ الى المقر أو الجهة المتفق عليها .

وبعد التعاقد ، والموافقة على عينات الصفحات ، تستعد المطبعة لتلقى المواد الصحفية على أساس الجدول الزمنى الموضوع (٦٨) .

رابعاً : قرارات على المستوى البشرى

الأفراد هم الأساس فى أى مشروع ، وتزداد أهميتهم فى المجلة كمشروع صحفى تجارى وصناعى فى الوقت نفسه ، وتتوقف احتياجات المجلة من العنصر البشرى على أساس حجم النشاط المتوقع ، بعد تقدير الطلب على الانتاج وحجمه (عدد النسخ المتوقع توزيعها من المجلة) وحجم المشروع والبناء المادى والبشرى الذى سيخرج المجلة ، ويتم اتخاذ القرارات الخاصة بالعنصر البشرى فى المجلة — كمؤسسة صحفية — من اداريين وفنيين ومحررين على مرحلتين أو فترتين :

أ - فترة الانشاء :

بعد وضع تنظيم للمشروع تحدد فيه الوظائف المطلوبة وشروطها ، ويتم تشغيل هذه الوظائف بالافراد المناسبين وهنا يحتاج المشروع الى :

(١) هيئة تحرير المجلة (رئيس التحرير ومساعدوه ورؤساء الاقسام والمحريين) .

(٢) الهيئة الادارية للمشروع والفنيين اللازمين للاشراف ومتابعة تنفيذ المباني .

(٣) الفنيين الذين سيقومون بالاشتراك في عمليات تركيب الآلات وتولى تشغيلها بعد ذلك .

(٤) الفنيين اللازمين لمتابعة تنفيذ المرافق المختلفة مثل الكهرباء والبخار والتكييف ، ويلاحظ أن وجود الفنيين ضرورى على أساس أنهم سيكونون مسئولين عن أى أعطال تحدث بعد ذلك وأصلاحها .

(٥) الاداريين اللازمين للقيام بعملية توفير احتياجات المشروع من الافراد واعداد البرامج التدريبية اللازمة لهم .

(٦) بعض الماليين لتولى مسئوليات تنظيم الاتفاق على أعمال المشروع والحصول على احتياجاته سواء بالاستيراد أو من السوق المحلى .

(٧) بعض العمال المهرة ونصف المهرة والملاحظين لمعاونة الفنيين .

(٨) بعض عمال الخدمة العامة .

(٩) بعض موظفى السكرتارية .

ب - فترة التشغيل :

ويتم فيها وضع التنظيم الادارى للمشروع بمعرفة الفنيين والاداريين المسئولين عن المشروع وذلك فى ضوء حجم التوزيع المتوقع والطاقة الانتاجية واساليب التوزيع .

وعملية التخطيط لتدبير العنصر البشرى للمجلة ، كمشروع صناعى وتجارى تعتمد على نسخة المعلومات التى تكون متاحة للمخطط وتشير بالتفصيل الى : —

— الجهاز التحريري والاخراجي المقترح والمخطط له .

— الدراسات لدى توافر الأفراد الذين يحتاجهم مشروع اصدار المجلة في البيئة التي سيقام فيها ، وفي مختلف نواحي المشروع (التحريرية — الفنية — الادارية) .

— انواع الوظائف المطلوبة وتوظيفها في مخطط التنظيم .

وبداسة هذه المعلومات دراسة جيدة « يمكن تحديد عدد الافراد اللازمين لشغل الوظائف المطلوبة ووضع مواصفات مفصلة لكل نوع منها ، وهو ما يسمى في ادارة الاعمال « بتوصيف الوظائف » ، ثم مقارنة المصادر المختلفة — للقوى العاملة في البيئة — التي يقع داخلها المشروع واختيار افضل الطرق للحصول على احتياجات المجلة منها (٦٩) .

ويمكن الحصول على العنصر البشري أو الافراد اللازمين لمجلة عامة « من عدة مصادر من بينها (٧٠) :

(١) من بين العاملين في المنشآت القائمة التي تماثل المشروع في طبيعة نشاطها ، أي مؤسسة صحفية أخرى « تصدر مجلات مثلا « وهذا ما فعله مصطفى أمين وعلى أمين عندما اصدرا جريدة أخبار اليوم عام ١٩٤٤ حيث جذبا اليها عددا كبيرا من كتاب الجرائد الأخرى ومحرريها للعمل معهم ، وهذا ما فعله محمد حسنين هيكل حينما تولى رئاسة تحرير جريدة الاهرام عام ١٩٥٧ ، وكان قبلها يعمل رئيسا لتحرير مجلة آخر ساعة ، وانتقل معه عدد كبير من محرري دار أخبار اليوم ووكالة أبناء الشرق الاوسط .

بيد أن الاعتماد على هذا المصدر بصفة رئيسية يؤدي الى منافسة بين المنشآت حول اجتذاب العاملين الأمر الذي يؤدي الى رفع الاجور بدون مبرر ، فضلا عن أن المحرر أو العامل الذي ينتقل بين المنشآت المختلفة لا يتوقع له استقرار في أي منها .

(٢) الاتجاه الى مكاتب العمل أو القوى العاملة ، وسؤالها عن ترشيح عدد من العاملين للمواصفات المطلوبة للترشيح ، وفي الاعتماد على ذلك اقلال لنسبة البطالة في الدولة ، غير أن من عيوب هذا المصدر أن المقيد في مكاتب العمل (أو القوى العاملة) غالبا ما يكونون من بين حديثي التخرج الذين لا خبرة لهم ، أو الذين لفظتهم المنشآت الأخرى لسبب أو لآخر . وهذا المصدر لا يتفق مع طبيعة العمل الصحفي الذي يتطلب علما وخبرة « واستعدادا من نوع خاص .

(٣) الاعلان في الجرائد اليومية — وبخاصة في الاعلانات المبوبة — عن طلب عاملين بالمواصفات المقررة ، وهنا تكون فرصة الاختيار من بين من يتقدمون استجابة للاعلان ، وهذا ما تفعله بعض مؤسساتنا الصحفية ، عندما تريد مندوبى اعلانات مثلا ، او خطاطين ، وكذلك الجرائد والمجلات العربية التى تعلن عن حاجتها الى محررين وعمال واداريين من خلال الصحف المصرية .

(٤) الاتصال بالجامعات والمعاهد الدراسية الملائمة — كلية الاعلام واقسام الصحافة بالجامعات — وطلب ترشيح عدد من خريجياتها ثم اجراء الاختبارات لهم ، واختيار الاصلح من بينهم ويصلح هذا المصدر ، لملء الوظائف الشاغرة التى لا تحتاج الى خبرة سابقة بل يمكن اكتساب الخبرة فيها بالمران .

وهذا ما فعلته جريدة الشعب — الناطقة بلسان حزب العمل الاشتراكى المعارض — فى بدء انشائها ، حين طلب رئيس تحريرها حامد زيدان من رئيس قسم الصحافة بكلية الاعلام ترشيح عدد من الطلبة للعمل والتدريب بالجريدة ، وكذلك ما فعله الدكتور حسين الفجرى — الرئيس الحالى لمجلس ادارة الشركة القومية للتوزيع — عندما كان يتولى منصب المدير العام والعضو المنتدب لمؤسسة اخبار اليوم ، فقد طلب من كلية الاعلام ترشيح عدد من خريجياتها للعمل كمحررين بقسم المعلومات بالمؤسسة .

(٥) استيراد ذوى الخبرات من خارج الدولة ، اذ لم يتوافر لها العاملون الفنيون المناسبون ، ويكون ذلك عن طريق الاتصال بالمنشآت الاجنبية ذات السمعة الطيبة وبسفاراتها فى الخارج او بيوت الخبرة التى تعمل على نطاق دولى ، فمثلا جريدة « عكاظ » السعودية تستعين بمؤسسة اخبار اليوم ممثلة فى بعض كبار محرريها — فى تزويدها بالعنصر البشرى الذى تحتاجه من محررين واداريين وعمال مهرة . وهذا المصدر هو الذى تعتمد عليه — بشكل رئيسى — معظم الجرائد والمجلات العربية المنشأة حديثا فى البلاد العربية واخبرها على سبيل المثال : جريدة « الراية » القطرية التى كان يدير تحريرها الكاتب الصحفى المصرى رجاء النقاش ، الذى اقنع عددا كبيرا من المحررين المصريين بالعمل معه فيها .

مصادر المادة الصحفية في المجلة :

والحديث عن القرارات التي يصدرها أو يدرس المخطط لاصدار المجلة أسلوب التخطيط لاصدارها يرتبط بالحديث عن المصادر التي تحصل منها المجلة بشكل عام على المواد الصحفية من مواد مكتوبة ومواد مصورة (صورة فوتوغرافية - رسوم) والتي تنقسم الى نوعين :

أولا : المصادر الداخلية :

هي ناشرو المجلة ، ورؤساء التحرير ومعاونوه ، وكتابها ، وأعضاء جهاز التحرير ، المصورون ، الرسامون ، المراسلون ، المستشارون ، والمعلنون ممن يعملون داخل المجلة ، ويمكن تسميتهم جميعا بمحرري المجلة، أو أعضاء الجهاز التحريرى .

ثانيا : المصادر الخارجية :

وهم الكتاب الاحرار (المصاحفون) ، والمصورون ، والرسامون ، الوكالات المختلفة ، القراء ، مكاتب الاعلانات ، المصادر الاعلانية الاخرى ، مكاتب الخرائط والرسوم ، مجلات أخرى يعاد نشر بعض موادها ، الجرائد الاخرى ، الكتب وكلاء الكتاب ، مصادر أخرى متنوعة (٧١) .

وفي الحديث عن مصادر المواد الصحفية في المجلة نبدا بالمحرر أو عضو جهاز المجلة التحريرى Staff member ، ثم الكاتب الحر (الخارجى) أو المصاحف Freelancer حيث تتميز المجلة عن الجريدة بأنها تعتمد فى الحصول على المادة التحريرية على كتاب من الخارج أو محررين : سواء كانوا محررين فى جرائد ومجلات أخرى ، أو يعملون فى وكالات للأنباء ، أو موظفين أو ربات بيوت ، يقضون فراغهم فى الكتابة للمجلة ، وذلك يعود على طبيعة المضمون النوع الذى تحمله المجلة — خاصة المجلة العامة — الذى قد لا تستطيع أن تغطيه كله هيئة تحرير المجلة .

المحرر فى المجلة

المحرر فى المجلة لفظ أو مصطلح صحفى يطلق على عضو الجهاز التحريرى Staff member (أو هيئة التحرير) ، وقد يكون هذا المحرر رئيسا للتحرير ، أو مراجعا ، أو سكرتيرا للتحرير ، أو مندوبا اخباريا ، أو مشرفا فنيا ، أو مخرجا صحفيا ، وهناك اتجاهان فى مؤهلات محرر المجلة وأسلوب اعداده للعمل الصحفى :

الاول : يرى أن محرر المجلة ينبغي أن يبدأ عمله في جريدة يومية ، ثم جريدة أسبوعية عامة ، حتى يستوعب العمل الاخبارى ، ثم ينتقل بعد ذلك الى العمل في المجلة ، لان عمله في مجلة من البداية سيفقده الحس الاخبارى .

والثانى : يرى أن محرر المجلة ينبغي أن يبدأ في المجلة ، ولا يكتفى بالعمل في قسم التحرير فقط ، بل في ادارات التوزيع والاعلان والمطابع والادارة العامة حتى يكتسب خبرة ويفهم كيف يدور العمل فى المجلة (٧٢) .

ويتوقف حجم محررى المجلة ، أو عدد العاملين في جهازها التحريرى ، وتنوع اختصاصاتهم على نوع المجلة وتخصصها وكذلك دورية صدرها ، وهناك قاعدة صحفية أصبحت بديهية الآن في عالم المجلة تقول : أن « هناك تناسباً عكسياً بين عدد المحررين ودرجة تخصص المجلة ، فكلما اتجهت المجلة الى التخصص ، قل عدد محرريها ، أعضاء الجهاز التحريرى . » وزاد عدد الكتاب الخارجيين (الاحرار أو المصاحفين) ، وكلما اتجهت المجلة الى المضمون العام زاد عدد محرريها ، وقل عدد الكتاب الخارجيين الذين تعتمد عليهم كمصادر للمواد التحريرية فيها .

مجلة « النيل » (*) :

مثلا وهى دورية متخصصة تعتمد على جهاز تحرير يضم خمسة أفراد : رئيس التحرير وأربعة محررين ، مهمتهم جمع المادة من الكتاب الخارجيين (المصاحفين) الذين يتولون كتابة المقالات والدراسات والبحوث اللازمة .

ومجلة « السياسة الدولية » (*) :**

يتكون جهازها التحريرى من خمسة أفراد هم : رئيس التحرير ومدير التحرير وثلاث سكرتيرى تحرير ، لاعتمادهما على المقالات والدراسات والتقارير التى يكتبها اساتذة وكتاب متخصصون .

(*) النيل : مجلة علمية تبع سنوية تصدر من مركز النيل للاعلام والتعليم والتدريب التابع للهيئة العامة للاستعلامات بالقاهرة ، يرأس تحريرها : محمد فيصل عبد المنعم ، صدر عددها الاول فى يوليو الماضى .

(**) السياسة الدولية : دورية ربع سنوية تتخصص فى الشؤون الخارجية الدولية تصدر عن مؤسسة الاهرام ، يرأس تحريرها الدكتور بطرس بطرس غالى ، صدر عددها الاول عام ١٩٦٥ .

ومجلة « الثقافة » (*) :

ويتكون جهازها التحريري من خمسة أفراد هم : رئيس التحرير ومدير التحرير ومشرف فنى وسكرتيران للتحرير .

ومجلة « الدوحة » (**) :

القطرية يضم جهازها التحريري ستة أفراد : رئيس التحرير ، مدير التحرير ، مدير فنى ، سكرتير تحرير فنى ، سكرتير تحرير ، مشرف فنى ، بحكم اعتمادها على المصاحفين الخارجيين .

ومجلة « العربى » (***) :

الكويتية كمجلة شبه عامة تعتمد على مزيج من مقالات واستطلاعات وأبواب ثابتة لمحريها وكتابها ، ومساهمات المصاحفين من الخارج ، لذلك نجد جهازها التحريري ثمانية أفراد هم : رئيس التحرير ، ونائبه ، المشرف الفنى ، سكرتير التحرير ، مدير التحرير ، وثلاثة محررين ، وبعض المصورين التابعين لوزارة الاعلام الكويتية التى تصدر المجلة .

أما الطبعة العربية من الـ Readlr's (****) :

التي كانت تصدر فى الماضى عن دار أخبار اليوم — فضم جهازها التحريري : رئيس التحرير (الطبعة العربية) وسكرتيرا للتحرير وسكرتيرة إدارية لالة الكاتبة ، ومترجمين من الخارج ، بحكم اعتمادها على المترجمات .

ومجلة « صباح الخير » (****) :

المصرية ، مجلة عامة تتوجه للشباب أساسا ، نجد جهازها التحريري يضم رئيسا للتحرير ومديرا للتحرير ، ومشرفا فنيا ، ومستشارا

(****) الثقافة : مجلة شهرية ثقافية ، تصدر عن الهيئة العامة للكتاب بالقاهرة ، أسسها يوسف السباعى فى أكتوبر عام ١٩٧٣ ، ويرأس تحريرها الدكتور عبد العزيز الدسوتى .

(*) الدوحة : مجلة شهرية تصدر (عن وزارة الاعلام القطرية ، تعنى بالتقانة والنكر ويرأس تحريرها حاليا رجاء النقاش .

(**) العربى : مجلة شهرية ثقافية عامة صدرت عن وزارة الاعلام الكويتية سنة ١٩٦٠ ، وكان المرحوم الدكتور احمد زكى اول رئيس لتحريرها ، وبعده احمد بهاء الدين .

(****) الطبعة العربية تصدر باسم المختار من الرمدارز دايجسبت ، منذ الحرب العالمية الثانية عام ١٩٣٩ حتى ١٩٦٧ وتولى رئاسة تحريرها فؤاد صروف ، ثم محمد زكى عبد القادر ، وأخيرا كمال عبد الرؤف .

(****) صباح الخير : مجلة اسبوعية مصرية عامة تتوجه الى الشباب صدرت عام ١٩٥٦ عن دار روز اليوسف ، ويرأس تحريرها لريس جريس .

فنيا ، وسكرتيرا للتحرير وعشرات المحررين والمتدربين والمراجعين .

بعكس « الموقف العربى » (*) :

التي لا يضم جهازها التحريرى سوى شخص واحد هو المشرف العام على تحريرها (عبد العظيم مناف) يعد المجلة ويتصل بالمصاحفين ، ويعاونه فى ذلك مشرف فنى من المطبعة .

ومجلة « الشاشة الصغيرة » (**) :

أحدث مجلة متخصصة فى مصر — يتكون جهازها التحريرى من مشرف عام ، رئيس للتحرير ، ومدير فنى ، لاعتمادها الاساسى على كتابات المحررين والكتاب الخارجيين .

ودورية شديدة التخصص مثل Journalism Quarterly

يضم جهازها التحريرى ستة أشخاص هم : رئيس التحرير ، ورئيس التحرير المساعد ، ومحررو الاقسام الاربعة ، ومهمتهم تجهيز المقالات والبحوث وعروض الكتب التى يعدها كتاب من الخارج (مصحفون) ولها مجلس تحرير (استشارى) من ٣٠ عضو .

ومجلة ادبية مثل Kenyon Review

يضم جهازها التحريرى ثلاثة افراد هم : رئيس التحرير ، ومدير التحرير ، ونائب رئيس التحرير .

ومجلة شبيه متخصصة فى الشئون الهندسية هي Wastes Engineering

يضم جهازها التحريرى عشرة افراد فقط هم رئيس التحرير ، ومستشاره ، ومدير التحرير ، ومساعد لرئيس التحرير ، وستة محررين ، ومجلس تحرير (استشارى) من ١٨ عضوا .

ومجلة جماهيرية عامة مثل Look

ضم جهازها التحريرى عام ١٩٦٩ ٣٨ فردا ، هم : رئيس التحرير

(*) الموقف العربى : كتاب غير دورى ، يصدر كل شهر من دار الموقف العربى بالقاهرة ، مديره العام عبد العظيم مناف ، تتجه اهتمامه الى الطابع القومى العربى ، ويعتمد على الدراسات والبحوث والمقالات .

(**) الشاشة الصغيرة : مجلة فنية شهرية ، تخصص فى شئون الاذاعة المرئية (التليفزيون) تصدر عن جمعية الشاشة الصغيرة التى أسسها عبد الرحيم برور ، يرأس تحريرها محمد صالح ، ويشرف على تحريرها فؤيد لبيب .

العام ، ورئيس التحرير المسئول ، ورئيس التحرير التنفيذي ، والمدير الفني ، ومساعدون لمدير التحرير ، أو رؤساء الأقسام ، ومحرر للصورة ، ومحرر لباب الحياة الحديثة ، ومحرر للشئون الخارجية ، وكبير المحررين ، وكبير المراجعين ، وخمسة محررين مساعدين ، وخمسة مديرين لتحرير المكاتب الخارجية ، وأربعة عشر محررا في قسم البحوث ، ومدير للإنتاج التحريري ، ومدير تجاري (٧٣) .

الجهاز التحريري للمجلة العامة :

يضم الجهاز التحريري للمجلة العامة عددا كبيرا من المحررين ، يحكم اعتماده الاساسي عليهم في اعداد مواد المجلة المختلفة على المحررين ، الى جانب استكتاب بعض المصاحفين . وفي العادة يضم : رئيسا للتحرير ، ومجموعة من معاوني رئيس التحرير ومساعديه ونوابه قد يكونون (مدير التحرير — مساعد رئيس التحرير — نائب رئيس التحرير — رئيس التحرير التنفيذي — رئيس التحرير المساعد — رئيس تحرير الطبعة الخارجية) وتختلف تسميتهم من مجلة الى اخرى ، وكذلك عددهم ، ومشرافا فنيا ، وسكرتيرا للتحرير ، وكبيرا للمراجعين ، وكبيرا للمصورين ، ومحررا للصورة ، ومحررا للمعلومات ، ورؤساء الأقسام ، أو مسئولى الابواب ، ومسئولى المكاتب الخارجية أو المراسلين (ان كانت امكانياتها بوجود مراسلين خارجيين) ، ومحررين ، ومندوبين ، ومراجعين ، ومصورين ، ورسامين ، وخطاطين (٧٤) .

رئيس التحرير :

هو المسئول الاول عن تحرير المجلة ، والشخصية المركزية ، والقوة النشطة ، في جهازها التحريري ، البعض يصفه بأنه مدير ، قائد ، كابتن ، سيد ، فكل تقاليد الرئاسة تسكن معه ، وقد يكسب رئيس قسم الاعلان أكثر منه بكثير ، ولكنه لا يملك مكانته واحترامه كرئيس لجهاز التحرير ، والشخص الوحيد الذي يعلوه في الدرجة داخل المجلة هو مالكها أو ناشرها The Publisher (*) ..

ونظرة الى تاريخ المجلة في العالم ، نجد أن كل مجلة — عكس الجريدة — ترتبط باسم رئيس تحرير عظيم (٧٥) .

فمجلة The Outlook الامريكية ترتبط بـ ا. بوث ،
Mercury تعرف باسم منيشين لود و Ladies Home Journal
باسم ادوارد بوك و

و

(*) الناشر في المجلات الامريكية ، يوازيه في مصر — من حيث الدرجة الرئاسية — رئيس مجلس الادارة .

سميت باسم صاحبها ورئيس تحريرها مايك كلور ، و The Nation
ترتبط بجودكين وويلورد ، و The Post ترتبط باسم لوريير ، و
Harper's باسم فريدريك لويس الير ، و The New Yorker
باسم هارولد روس ، و Vogue باسم بادنا ولماشنير ، و Time
هنرى . ر . لوسى ، و Mccall's بهربرت . ر . مايز ، و Vanity Fair
بفرانك كرونيشيلد .

كان هؤلاء هم المع رؤساء التحرير فى المجلات الامريكية فى بداياتها
الاولى . كانوا شخصيات عامة ، بارزة ، وكتابا ، أدباء ، قصاصين ،
نقادا ، شعراء ، وفى مصر كنا نجد « روضة المدارس » ترتبط بالطهطاوى
و « يعسوب الطب » بعلى البقلى ، و « الرسالة » باسم أحمد حسن
الزيات ، و « أبولو » باسم أحمد زكى أبو شادى ، وتختفى شخصية
رئيس التحرير العامة ، الاديب أو الشاعر أو الناقد أو القصاص ، ويصبح
أقل لمعانا وبروزا فى المجتمع العام ، وتظهر شخصية رئيس التحرير
الصحفى المحترف ، ومع ذلك تظل المجلة مرتبطة باسم رئيس تحريرها ،
فنجد فى منتصف القرن « أسماء بارزة فى تاريخ المجلة الامريكية لصحفيين
مثل : جون فيشر رئيس تحرير Harper's ، واوزيورن السيرت
رئيس تحرير Newsweek ، ودى ويت والاس وليلا أسيشون مؤسسا
مجلة The Reader's Digest ولواد . ه . نيكولس رئيس تحرير
Good House Keeping وفى مصر : ارتبطت اللطائف المصورة باسكندر
مكارىوس ، والكشكول بسليمان فوزى ، وروزاليوسف بالسيدة فاطمة
اليوسف ومحمد التابعى ، والمصور بفكرى أباطه ، والهلل بجرجى
زيدان ، وآخر ساعة و « الجيل » و « هى » : بعلى ومصطفى أمين ،
وحواء بأمينة السعيد ، والفكر المعاصر بالدكتور زكى نجيب محمود ،
والطليعة بلطفى الخولى ، وروزاليوسف — الآن — بصلاح حافظ ،
وأحدث المجلات المصرية أكتوبر ترتبط باسم رئيس تحريرها أنيس
منصور .

ومع تطور نوعية رئيس التحرير ، من أديب وكاتب أو شاعر
أو قصاص كان فى الماضى يكتب معظم صفحات المجلة ، ويديرها ، بحكم
قلة عدد المحررين واهتمامات القراء المحدودة والتوزيع المتواضع ، الى
شخص مسئول عن توجيه المجلة وإدارتها ، ذى مسئوليات كثيرة لم
تعد تعطى له الفرصة ليكتب كثيرا كما كان يحدث فى الماضى . بل
أصبحت مهمته الآن أن يدع الآخرين يكتبون ويوجههم ويخطط لهم ويراقب
أسلوب التنفيذ . لم يعد رئيس التحرير مجرد كاتب ، بل
أصبح مزيجا من منفذ للتحرير ، ورجل أعمال ، وفنان طباعى ،
وخبير إدارة .

وظائف رئيس التحرير :

تتنوع وفقا لحجم المجلة ، وعدد محرريها ، وتوزيعها ، فالمجلة الصغيرة يقوم رئيس تحريرها بمعظم مسئوليات ادارة الجهاز التحريري ولا يحتاج الى معاونين له ، في حين يحتاج في المجلة العامة الجماهيرية ذات التوزيع الضخم الى أكثر من معاون . ويقسم البعض وظائف رئيس التحرير الى خمس :

الوظيفة الاولى : اقتصادية .:

وتبدو في تحكيمه في شراء مقالات المصاحفين ، وأعمال المصورين او الرسامين ، والتعاقد مع الوكالات ، وتقرير المكافآت والمرتبات والخصومات والجزاءات ، ويحدد عدد النسخ المطبوعة ، ويستشار قبل رفع سعر الاعلان ، او زيادة الاشتراكات .

الوظيفة الثانية : تتعلق بالرأى العام :

وتتعلق بتحليل اتجاهات الرأى العام نحو مجلته : رأى القراء والمنافسين والمسؤولين ورؤساء التحرير الآخرين ، وأخطر ما يشرف عليه ويديره ويطلع عليه باستمرار هو تقارير بحوث أو استطلاعات الرأى العام ، ورسائل القراء الخاصة به ، أو التى ترد الى المجلة ، كأنها تقارير انتاج يتلقاها مدير أحد المصانع .

الوظيفة الثالثة : التوجيه في النواحي الفنية الصحفية :

وتبدأ مع تقرير أو تنفيذ صيغتها أو نمطها، فيقترح افكار الموضوعات: المكتوبة أو المصورة ، وقد يقترح أيضا أساليب المعالجة ، ان لم يأمر بها ، ويحدد بمفرده أو مع آخرين السياسة التى سوف تتبعها المجلة فى المسائل العامة ، يشرف بعد ذلك على العمليات الفنية الأخرى فى المجلة ، وكلما كانت المجلة كجيرة ، قلت العمليات الفنية التى يؤديها رئيس التحرير أو يشارك فيها (الا اذا كان من النوع الدكتاتورى الذى يفرض شخصيته على العاملين معه أو يحتفظ لنفسه بالصفحات المهمة) .

وهذه العمليات أو النواحي الفنية تشمل : تحرير الموضوعات ، تحديد شكل الصور وأسلوب اخراجها ، وكتابة التعليق أو الكلام المصاحب لها ، الموافقة على تبويب المجلة ووضع الجدول الزمنى للتنفيذ ، وتصميم المجلة ، ورسم الماكيت ، وقراءة البروفات ، والموافقة على بروفة المطبعة الأخيرة .

الوظيفة الرابعة : الكتابة :

وهذه الوظيفة تختلف حسب حجم المجلة وعدد محرريها ، ففي المجلة الصغيرة قد يكتب عمودا شخصيا وأكثر من موضوع ، ويرد على رسائل القراء .

أما في المجلة الجماهيرية العامة الكبيرة : فقد يكتب الافتتاحية ، أو يضع خدوطها العامة فقط ليكتبها غيره ويراجعها .

والى جانب الكتابة في المجلة ، يكتب عنها أيضا : خطابات الترويج الى المعلنين ، النص الاعلاني الذي سيظهر عن عددها الجديد ، المقالات التي تنشر عنها في المطبوعات المهنية ، مقالات وقصص اخبارية عن الموضوعات غير العادية التي حققت المجلة فيها سبقا على غيرها وكيف تم هذا ؟ وعن التغييرات الجديدة التي ستحدث في المجلة

الوظيفة الخامسة : العلاقات العامة :

وتتعلق بالدور الذي يلعبه رئيس تحرير المجلة في تطوير صورة المجلة وتحسينها امام الراى العام : وتبدأ بالتفاوض مع الكتاب الخارجيين (المصاحفين) ، والاشترك في أوجه النشاط العامة والمهنية ، رؤساء التحرير الآن يظهرون في المؤتمرات العامة ، ويلقون خطبا في تجمعات بتخصص مجلاتهم وبذلك يعطون صورة ذهنية جيدة عن مجلتهم من خلال جماهيرية ، وهم أعضاء في لجان كثيرة ، أو جمعيات أو اتحادات تتصل الصورة التي تتكون عنهم (*) .

وهناك نوعان من رؤساء التحرير :

النوع الاول يرى في فرض شخصيته على العاملين معه الوسيلة التي تضمن سلامة العمل ، ويرى الاستاذ جلال الدين الحماصي ان هذا قد يكون صالحا في بعض الحالات ولكنه ليس كذلك في كل الحالات ، لان النتيجة الحتمية لهذا التصرف ، هي انعدام الوزن الصحفي والشخصي في أفراد الجهاز التحريري ، وتحويلهم الى « بالونات » . يمسك رؤساء التحرير بخيوطها .

(*) من النماذج المصرية لرؤساء التحرير الناجحين في هذه الوظيفة صلاح جلال رئيس القسم العلمى بجريدة الاهرام ورئيس تحرير مجلة « الشباب وعلوم المستقبل » وهو عضو مؤسس ويشغل أكثر من منصب في اندية ومؤتمرات وجمعيات علمية داخل مصر وخارجها .

ففى الحالات التى يريد فيها رئيس التحرير أن يعتبر شخص « لا يمكن للصحيفة الاستغناء عنه ، يحول الاجهزة العاملة ، بوسائل متعددة ، الى آلات تتحرك وفقا لتعليمات يصدرها اليهم ، ولا يجوز الخروج عنها مهما تكن الظروف » وهذه الوسائل تؤدي فى النهاية الى غياب العناصر المفكرة والمبتكرة والتى تحول الصحيفة الى مادة حية ناطقة معبرة بكل احساس الجماهير ، انها وسيلة قاتلة لروح الابتكار ، وحاسة تحريك المجموعة الصحفية العاملة بالمجلة ، حركة متجددة لا تخضع لروتين مرسوم ، ولا خضوع فيها لفكرة معينة ثابتة لا تتغير ، وبالاجمال فانها عملية جهود ووقوف بلا رغبة فى الانطلاق .

وتتسم تصرفات هذا النوع من رؤساء التحرير بالانانية القاتلة ، لا بالنسبة للأفراد العاملين بالمجلة فقط ، وهى عملية قتل للمجلة نفسها ، اذ أن مسألة الاستغناء أو عدم الاستغناء عن شخص ما ، هى عملية نسبية . واذا قدر لرئيس من هؤلاء الرؤساء الانانيين أن يترك أو يرغم على ترك عمله تحت أى ظرف من الظروف ، فانه يترك وراءه فراغا ينعكس اثره السئ على الصحيفة نفسها ، وعلى العاملين بها . لا نقول انه يصعب ملؤه ، بل يحتاج الى وقت لشغله بمن يستطيع جمع هذا الشتات الممزق من الكفاءات الضائعة . التائهة .

والنوع الثانى من رؤساء التحرير هو الذى يلعب فيه رئيس التحرير دور الخلاق للأفكار والذى يدفع بالكفاءات الى الصفوف الاولى ، ويترك لها المجال الحر للانطلاق ، بأفكارها وكفاءاتها بغير حدود . ووفقا لسياسة الصحيفة فان الكسب هنا لا ينعكس على المهنة ذاتها بل هو تدعيم قوى لاجهزة المجلة بحيث يمكن أن تمضى فى أداء عملها وتحقيق رسالتها فى كل الظروف ، سواء كان رئيس التحرير قائما بالعمل أو متغيبا . ولعل هذه المهمة هى واحدة من المهام الرئيسية لمن يصل عن كفاءة الى منصب رئيس التحرير : فمهام رئيس التحرير الناجح فى نظر الأستاذ جلال الدين الحماصي « ليست مقصورة على أن يشرف على اخراج صحيفة نموذجية فحسب ، بل أن عليه أن يفتح الطريق واسعا ، لكى تجد الكفاءة مجالها الفسيح فى الصفوف الاولى والثانية . ليست مهمته تفريخ الانباء فقط ، بل أن مهمته تفريخ أولئك الذين يسعون وراء الانباء الصادقة ، والأفكار النبيلة ، والدفاع عن الحق والرسالة الصحفية بلا خوف أو تردد » (٧٦) .

معاونو رئيس التحرير :

ويسمى البعض رؤساء التحرير Editors تمييزا لهم عن رئيس التحرير الذى يسمى رئيس التحرير (العام — أو الاعلى) Chief editor ، وهم التالون لرئيس التحرير فى المسئولية .

ومعاونيه ■ ويتوقف نجاح رئيس التحرير في عمله على حسن اختياره لمعاونيه ■ وتحديد اختصاصاتهم، ثم اعطائهم حرية وفقا لهذه التخصصات مع الحرص على أن يكون لكل منهم حرية التصرف وفقا للسياسة العامة للمجلة ، ولما يتطلبه الحدث الصحفي ■ ولا وفقا لما يمكن أن يكون عليه تصرف رئيس التحرير شخصيا فقط (٧٧) .

وهم في المجلة مختلفو الاسماء ، والمناصب ، ولكنهم جميعا يعاونون رئيس التحرير في أداء عمله وهم : مدير التحرير — مساعد رئيس التحرير — نائب رئيس التحرير — رئيس التحرير التنفيذي — رئيس التحرير المساعد — رئيس تحرير الطبعة الخارجية ■ وكل مجلة تطلق على معاوني رئيس تحريرها الاسم الذي يناسب طبيعة عمله ، وقد يوجد هؤلاء كلهم في مجلة واحدة ، وأيا كان عددهم أو الاسماء التي تطلق عليهم فوظيفتهم هي :

١ — تنفيذ تعليمات رئيس التحرير الاسبوعية أو الشهرية وتوجيهاته (حسب نوع المجلة) .

٢ — الاشراف على عمل الاقسام المختلفة .

٣ — أداء وظائف رئيس التحرير المختلفة في حالة غيابه .

٤ — حلقة الوصل بين رئيس التحرير وبين باقى أقسام المجلة .

٥ — حل المشاكل التنفيذية التي قد تعترض العمل اليومي لمحررى المجلة .

٦ — ادارة اجتماعات جهاز التحرير في غياب رئيس التحرير أو في وجوده .

٧ — حضور بعض المناسبات أو أداء بعض المهمات أو تمثيل المجلة في اوقات معينة بتفويض من رئيس التحرير أو نيابة عنه .

٨ — الاشراف على قطاع معين من قطاعات التحرير ، أو مرحلة من مراحله ■ أى أن أحد معاونين يشرف على التحرير ، وآخر على المطابع ■ وثالث على المواد المصورة (الصور والرسوم بها فيها قسم التصوير الفوتوغرافى والرسامون) ، ورابعاً على قسم المعلومات والبحوث ورسائل المراسلين ، وخامساً يتولى الشؤون الادارية .

واكثر الالقاب التى تطلق على معاونى رئيس التحرير شسيعا
هى :

مدير التحرير Managing editor ، ومساعد رئيس التحرير
Assistant editor ، ونائب رئيس التحرير Subeditor المشرف
الفنى أو المدير الفنى Artdirector

وفى بعض المجلات يسمى محرر الانتاج Production editor
أو المصمم Designer ، وتتعلق مهمته بوضع « استراتيجية فنية »
أو « التصميم العام للمجلة » ، أو اتخاذ القرارات الفنية الاساسية بشكل
عام (*) وتطبيقاتها فى كل عدد ، فهو يحدد المساحة التى ستعطى لكل
موضوع واسلوب اخراجه ، والصور والرسوم المستعملة والالوان
ويشرف على توزيع المواد على صفحات المجلة المختلفة بالتشاور مع رئيس
التحرير أو معاونيه .

وهو أساسا فنان تشكلى ، وخبير فى الالوان ، ومصمم جيد . قبل
أن يكون صحفيا محترفا ، وهو شخصية لا توجد فى الجرائد ، بل فى
المجلات فقط ، حيث يحتاج اخراج المجلة الى توافر جانبين : الجانب
الوظيفى والجانب الجمالى (٧٨) .

قسم الاخراج أو سكرتير التحرير :

وهذا القسم هو المسئول عن تنفيذ التصميم الاساسى للمجلة ،
والتصور المبدئى الذى يضعه المدير الفنى بالتشاور مع رئيس التحرير
أو معاونيه ، ويطلق على العاملين فيه محررو الاخراج أو سكرتارية
التحرير أو المخرجون الصحفيون وهم نوعان .

المخرج الصحفى الفنى وسكرتير التحرير الفنى :

ومهمته تحويل المواد الصحفية المكتوبة والمصورة ، وفقا لرؤية
المشرف أو المدير الفنى للمجلة الى واقع تبيوغرافى : عناوين ومقدمات
ومتن وصور ورسوم وجداول والوان وعناوين فرعية و ... و ...

انه يرسم الماكيت (Maquette) (التصميم المبدئى للمجلة)
الذى يبين فيه شكل المواد ، وتصل اليه المادة من كبر المراجعين عن طريق
المدير الفنى مكتوبة ومصورة ، وبعد تحديد موقعها داخل المجلة ، وداخل

(*) سبق الحديث عن القرارات الفنية الاساسية فى الفصل الثانى بالتفصيل .

صفحاتها ، وبعد رسم الملكية ترسل المواد الى قسم الجمع أو الحفر أو التصوير ، والمالكيات الى الاقسام الفنية للتنفيذ .

المخرج الصحفى المنفذ (سكرتير التحرير التنفيذى) :

هو الشخص الذى يقوم بتنفيذ صفحات المجلة وفقا للماكيث ، فى صالة التوضيب فى حالة الطباعة البارزة ، وفى صالة المونتاج فى حالتى الطباعة الغائرة والملاء ، ويقوم بمراجعة البروفات ، واجراء الاختصارات اللازمة (٧٩) .

كبار المحررين أو رؤساء الاقسام Senior Editors

وهم كبار محررى المجلة المتخصصين كل فى مجال محدد ، المحرر الاقتصادى مثلا ، أو المحرر الفنى ، أو المحرر السياسى .. خاصة فى المجلة الجماهيرية العلمية .

وهذا المحرر يكون فى الوقت نفسه كبيرا لمحررى قسم أو باب ثابت داخل المجلة ، أو صفحة متخصصة ، ويعمل تحت مسئوليته عدد من المحررين ، أى أنه رئيس القسم .

ومهمة هذا المحرر المتخصص اعداد مواد القسم أو الباب انشابت أو الصفحة المتخصصة ، وتوجيه محرريه ، والاشراف على أى موضوع عام ينشر خارج نطاقه ويتصل بتخصصه ، ويتابع الاحداث المهمة فى مجال تخصصه التى قد تكون موضوعا للغلاف فى عدد ما ، ويعتبر رئيس التحرير داخل القسم أو الباب أو الصفحة المتخصصة التى يشرف عليها ، وفى بعض الاحيان يكون له ركن أو عمود ثابت يوقعه بامضائه . وقد يطلق عليه اسم : كبير المحررين ، المحرر الـ ... ، رئيس القسم الـ ، محرر صفحة الـ ، أو محرر باب الـ

كبير المراسلين Chief Correspondents

ويعتبر — فى المجلات التى تهتم بالتغطية الخارجية ولها توزيع خارجى ضخم مثل المجلات الفرنسية والأمريكية العامة والأخبارية — أقدم المراسلين وأكثرهم خبرة وتكنا من عمله .

المحررون Editors ، والمندوبون Reporters

هم محررو أقسام المجلة المختلفة ، وهم فى المجلات العامة ذات التوزيع الضخم والتبويب المتنوع ، يوزعون على التخصصات المختلفة ،

وفقا لأقسام أو أبواب المجلة المختلفة ويكون الاعتماد الاساسى هنا على المحررين ، الذين يحصلون على الاخبار خلال اجراءهم النحقيقات والاحاديث المختلفة ، أما فى المجلة الاخبارية فالاعتماد يكون أساسيا على المندوبين الموزعين على المصادر المختلفة فى الداخل والخارج (المراسلين الخارجيين) ، وفى بعض المجلات ذات التوزيع الاقل ، والاضيق فى عدد المحررين نجد أن معظم المحررين يعملون فى كل أقسام المجلة ولا توجد تخصصات ، أما المجلات المتخصصة ومجلات الهيئات فيقل عدد محرريها ومندوبيها ليتقلص الى جهاز تحريرى من خمسة محررين بينهم سكرتير التحرير والمشرّف الفنى .

كتاب المجلة Staff Writers

وهم الكتاب الذين تنحصر مهمتهم فى كتابة مقالات وأجراء أحاديث ، أو عمل بحوث ودراسات بانتظام ، وأحيانا تخصص لهم زوايا أو أركان وأعمدة ثابتة متخصصة ، وهم أعضاء ثابتين فى الجهاز التحريرى للمجلة وبعضهم يكون كاتبًا بارزًا فتضمه المجلة الى هيئة تحريرها لى تستفيد من اسمه اللامع وارتباطه بالقراء وارتباط القراء بموضوعاته وإبداعه ، أو يبدأ عمله فى المجلة أو فى مجلة أو جريدة أخرى كمندوب ومحرر ويمر بمراحل العمل المختلفة فى المجلة ، ويلعب ويبرز اسمه ويصبح له أسلوبه الصحفى المميز وشخصيته الصحفية المستقلة ، وإلى جانب هؤلاء الكتاب نجد بعض الرسامين المحترفين للرسوم الساخرة والتعبيرية .

الأقسام المشتركة أو المعاونة :

وهى مجموعة الأقسام التى تتعاون مع جهاز التحرير بأكمله — وهى جزء منه — وتشارك بشكل مستمر فى انتاج المجلة ، فى اعداد المادة الصحفية المكتوبة والمصورة والرسومة قبل ارسالها الى المطبعة وهى :

— قسم التصوير الفوتوغرافى ■

وتقسم التصوير يقل عدد العاملين فيه أو يكثر حسب حجم المجلة وإمكانياتها وعدد محرريها وفى المجلات الصغيرة المحلية أو المتخصصة قد لا يزيد عددهم عن ثلاثة ، ويستخدمون عدد قليل من آلات التصوير ومعدات طبع وتحميض بسيطة ، أما فى المجلات الكبيرة (العامة القومية) فنجد عدد كبير من المصورين المحترفين وفنيين للعمل فى المعمل ، ويمارسون عملهم من خلال آلات تصوير متطورة وعربات مزودة بأجهزة طبع وتحميض وأجهزة استقبال وارسال للصور ، وتجهيزات كاملة ومعمل متطور ،

تشكل كلها ما يسمى بقسم التصوير في المجلة ، وبعض المجلات الصغيرة قد لا يكون بها قسم للتصوير وإنما تعتمد على مصورين من الخارج أو وكالات الأنباء والصور والرسوم أو مكاتب العلاقات العامة (٨٠) .

وأيا كان حجم قسم التصوير في المجلة فإنه يضم عددا من المصورين والفنيين (الذين يقومون بالعمليات الفنية المختلفة من تجميع وطبع وأجراء الرتوش في الصورة و... و... ويشرف على هذا كله أو يرأسه ويديره كبير المصورين أو رئيس قسم التصوير ، وفي بعض المجلات يكون بدرجة نائب رئيس تحرير ، وعادة ما يحضر اجتماعات مجلس تحرير المجلة الذي يضم رئيس التحرير وكبار معاونيه لتنسيق ووضع خطط لموضوعات المجلة المقبلة ومهمات المحررين الأسبوعية أو نصف الشهرية أو الشهرية أو ربع السنوية حسب دورية صدور المجلة ، وحضور رئيس قسم التصوير لهذا الاجتماع هدفه هو التنسيق بين عمل قسمه وباقي أقسام المجلة المختلفة لأن قسم التصوير قسم مساعد لباقي أقسام المجلة ، ويعقد هذا القسم مثل غيره من أقسام المجلة اجتماعا أو أكثر خلال الأسبوع يتم فيه عملين :

الاول : هو عملية تقويم Evaluation لنشاط أفراد القسم في العدد السابق والذي ظهرت نتيجته في الصور المنشورة في عدد المجلة الصادر صباح يوم الاجتماع . وتكون المقارنة مع باقي المجلات الأخرى (التي تكون من نفس الصيغة الصحفية أو التخصص التحريري) لمعرفة الجيد الذي بذله طاقم المصورين (أفراد القسم) ، والصور المنشورة في المجلة وما الذي امتازت به عن المجلات الأخرى أو تختلف فيه عن تلك المجلات .

والثاني : عملية تخطيط Planning لعمل القسم في العدد الجديد ، أو بعبارة أدق تحديد المهام المكلف بها كل فرد داخل قسم التصوير ، وهذا التخطيط لا ينبع من فراغ بل يتم من خلال التعاون مع رؤساء الأقسام المختلفة كالتحقيقات ، أو المرأة أو الرياضة أو الفن ، وحسب خطط كل قسم يضع قسم التصوير خطته وينسقها مع كل محرر في قسم التحقيقات على سبيل المثال يخرج مصور صحفي ليقوم بتصوير الموضوع المكلف به هذا المحرر ، وقد يخرج بعض المصورين بتكليف خاص من قسم التصوير لعمل بعض الموضوعات المصورة المستقلة (٨١) .

ويحتفظ رئيس قسم التصوير أو كبير المصورين - المسئول عن القسم - عادة بمفكرة يومية Diasy - وفيها يسجل ما يتوقع من أحداث وما يخطط من موضوعات ليرسل المصورين إلى أماكنها ، وتكلف كل مصور منهم بمهمة محددة Assignment تسجل في استمارة أو أمر

تصوير أو ما يسمى في دور الصحف المصرية (بون التصوير) أو (طلب تصوير موضوع) أو (أمر تكليف بتصوير) وفيه يحدد للمصور :

موعد التصوير — اليوم والساعة — اسم المحرر — الموضوع —
مكان التصوير — عدد الصور — موعد صدور البون — اسم المصور —
زمن تصوير الموضوع .

ويشمل الى جانب ذلك التعليمات الخاصة بتنفيذ الصورة التي يكلف بها فنيين المعمل (الغرفة السوداء) ويحدد فيها :

عدد الصور — مقاس الصور — مواعيد التسليم والاستلام —
سكرتير التحرير المختص .

وتسلم هذه الاستمارة أو طلب تصوير الموضوع من التحرير الى قسم التصوير الذي يقوم ببناء عليها بتكليف المصور (٨٢) .

وينبغي أن يكون التخطيط مرنا وأن يتواجد باستمرار مصور احتياطي متفرع لمتابعة أى أحداث مفاجئة أو تعديلات جديدة في خطة المجلة عامة وقسم التصوير بشكل خاص فيوجه القسم كل جهوده نحو هذه الاحداث أو التعديلات الجديدة وقد يلغى كل تخطيطه السابق ، وإلى جانب الصور التى يلتقطها مصورو المجلة يمكن للمجلة أن تحصل على الصور الفوتوغرافية من أكثر من مصدر مثل : المصادر الصحفية نفسها ، وكالات الأنباء العالمية ، وكالات خاصة بالصور والرسوم وتستفيد في هذا الصدد من الأجهزة الخاصة التى وفرها لها التقدم التكنولوجى مثل : جهاز التليفوتو الاوتوماتيكى ، وجهاز الراديو أو التلوجراف كما يستفاد من الجرائد والمجلات الأجنبية فى الحصول على الصور ، وكذلك من المصورين المحترفين ، والمصورين الهواة ، والجمهور ، وكذلك من مكاتب العلاقات العامة فى المصالح والهيئات والشركات ، وكذلك ادارات الاعلام ومكاتب الصحافة بالوزارات والسفارات والمؤسسات الكبرى التى تهتم اهتماما كبيرا بتوفير المعلومات والصور اللازمة التى تقدمها الى الصحف وأجهزة الاعلام من نشاطات ومشروعات أقسامها وأجهزتها المختلفة ، كذلك يستفاد من قسم المعلومات فى الحصول على الصور من أرشيف الصور (٨٣) .

قسم المعلومات والبحوث :

ويرأسه محرر أو رئيس قسم المعلومات ويضم داخله ثلاثة قطاعات :

١ - الارشيف :

وهو كما يعرفه الاستاذ ابو الفتوح حامد عودة « مجموعة من المواد الضخمة التى تتضمن المعلومات التى تفيد فى الحقل الصحفى والتى تتجمع على مرور الزمن نتيجة العمليات المستمرة لتجميع المواد عن طريق اختيار القصاصات من الصحف وتجميع الصور والخرائط والنشرات وما شابه ذلك .. وهذه المواد لابد ان تكون مرتبة طبقا لخطط الترتيب التى تصنفها قواعد الفهرسة « وأن تكون جاهزة للتقديم بمجرد طلبها ، وأن تكون من الانواع التى تفيد الصحفى فى مجالات عمله « (٨٤) .

ويتضمن الارشيف : المعلومات والصور « المعلومات فى شكل قصاصات (وأحيانا ميكروفيلم) وملخصات عن موضوعات وأشخاص وقضايا وتقوم أفضلية اختيار ما يتص من الصحف (جرائد ومجلات) على ما يلى :

— المادة الصحفية التى يوقعها أصحابها كالمقال والعمود والتحقيق .. الخ ..

— الاخبار التى تم حدوثها فعلا وليست المتوقعة او المحتملة ..

— احتياجات التحرير .

والى جانب ذلك نجد بعض الوثائق ، والمعلومات عن بعض الاشخاص ، وأصول بعض الموضوعات .

وكذلك تميل بعض دور الصحف الى الاحتفاظ بأصول كل الموضوعات المنشورة وغير المنشورة وكل خطابات الجريدة والمراسلات التى تتم بين رئيس تحريرها والقراء والمسؤولين .

أما الصور : فتشمل كل أصول الصور التى حصلت عليها المجلة من المصادر السابق ذكرها سواء نشرت أم لم تنشر ، وترتب الصور أبجديا بالنسبة لأسماء الاشخاص أو الموضوعات أو الاثنين حتى يمكن الوصول الى الصور المطلوبة بسرعة وبسهولة وبالإضافة لهذا الارشيف فى بعض الدور الصحفية نجد أن لقسم التصوير أرشيفه الخاص به .

ويحتفظ فى أرشيف الصور بالسالبات negatives (وأحيانا فى أرشيف قسم التصوير) « وكذلك بالانماط المعدنية الجاهزة (الكليشيئات) التى تشمل :

كليشيهات الاعلانات ■ كليشيهات الرسوم — كليشيهات صور الشخصيات — كليشيهات صور الاماكن والاشياء والرسوم الكاريكاتورية — كليشيهات الابواب والعناوين الثابتة وكليشيهات الرموز ، ويستفاد من هذه الكليشيهات في امكانية الحصول عليها بسرعة وتوفير الوقت وطبعها بسهولة في آخر لحظة ، كما يجعل وجود اصول الصور والسلايبات عمل المخرج الصحفي اكثر مرونة لانه يسهل عمل الانماط المعدنية المطلوبة دون تقيد بالنمط المطبوع من قبل (الكليشيه) .

ولا بد من وجود نبذة ترفق بكل فيلم أو صورة لتسهيل عملية الاخراج وسرعته أيضا تحدد موضوع الفيلم أو الصورة وتاريخ التقاط الصور ونشرها وتلجا المجلة الى الارشيف للحصول على الصورة أو النمط المعدني (الكليشيه) في الحالات التي لا تتطلب التقاط صور جديدة لشخص أو مكان أو لموضوع ما أو يتعذر فيها ذلك (٨٥) .

٢ — المكتبة :

وهي هامة للمحرر في المجلة فمهمته تتطلب تطوير معلوماته ومداومة الاطلاع وهو ما يطلق عليه تعبير التعليم الذاتي ■ واطافة الى ذلك فان طبيعة تحرير المجلة والمضمون المقدم فيها والذي يغلب عليه الجانب التفسيري والتحليلي ، والبحث المتعمق وراء الجذور والاسباب عكس الجريدة التي تسعى وراء الجانب الاخباري والسبق الصحفي ، تتطلب هذه الطبيعة الاعتماد على الرجوع الى المكتبة الصحفية في المجلة التي تضم في الغالب : دوائر المعارف والاطالس والادلة واحديث الكتب والمراجع العلمية والمجلات والجرائد المحلية والاجنبية ، وكل الاعداد التي صدرت من المجلة منذ عدها الاول .

٣ — قسم البحوث :

وهو قسم يضم مجموعة من المحررين الباحثين الذين يقومون من حين لآخر باعداد البحوث والدراسات اللازمة التي يحتاجها التحرير ويطلبها رئيس التحرير أو معاونيه أو أحد رؤساء الاقسام .

وهكذا نرى أن قسم المعلومات في المجلة أو الجريدة ، أو الارشيف الصحفي كما يحب البعض أن يطلق عليه حتى اليوم استمرار للتسمية القديمة التقليدية له يتكون كنظام للعمل من ثلاثة أجزاء أو مكونات رئيسية هي (٨٦) :

١ — المادة : وتمثل المدخلات Input ■ وهي البيانات التي تغذي الارشيف من مختلف أوجه المعرفة ، فهي تشمل المراجع والقواميس

ودوائر المعارف والكتب ومجلدات الصحف (جرائد ومجلات) والكتيبات ومطبوعات الحكومة والاحصائيات وقصاصات الصحف التي تعد المورد الرئيسي للارشيف ، والى جانب ذلك تضم مادة الارشيف اصول الصور والرسوم الكاريكتورية والخرائط والفهارس .

٢ — العمل وهو الجزء الثانى من اجزاء الارشيف ، ويمثل تشفير وتحليل واختيار المادة . وذلك بحصرها دون تشويه او تحريف واضافتها الى مجموعاتها ، وقص المعلومات وفق الفهرست والتصنيف المتبع . ثم تحديد مكان لكل ورقة او مادة على الارف وفي الدواليب والادراج بحيث يمكن الوصول اليها بمجرد طلبها في سهولة ويسر ، وفي هذا الجزء من اجزاء العمل تتحول المادة بفضل الجهد البشرى من مدخلات الى مخرجات Output لتمثل فى المعلومات الجاهزة للطلب والافادة منها .

٣ — الخدمة : تمثل الجزء الثالث من اجزاء الارشيف وهى مساعدة المحررين والباحثين على استكمال موضوعاتهم وارشادهم الى ما يرجعون اليه فى الموضوعات ويتصل بهذه الخدمة اهتمام العاملين فى الارشيف الصحفى بالحصول على أحدث المعلومات ثم السرعة فى تقديم المعلومات للمحررين والباحثين .

ويشترط البعض أن تكون المواد التى يحفظها الارشيف الصحفى — او قسم المعلومات فى الصحيفة جريدة او مجلة — أن تكون ملائمة للعمل الصحفى ، وأن تكون صحيحة وغير ضارة بالمجتمع ، وينبغى تجنب التكرار ، والاستهلاك الدورى للمواد التى تفقد قيمتها ليحل محلها الجديد .

ومهمة هذا القسم هى تزويد المحررين بكل المعلومات والخلفيات التى يحتاجونها لاستكمال موضوعاتها قبل النشر ، ومراجعة الموضوعات قبل النشر من ناحية دقة المعلومات .

— قسم المراجعة : ويرأسه كبير المراجعين Copy editor .

ويضم مجموعة من المراجعين الذين يتولون قراءة الموضوعات التى يرسلها اليهم رئيس التحرير او معاونوه او رؤساء الاقسام ، والمراجع يشبه الآلة التى تقوم بقطع الماس فى دقة وعناية بحيث تحافظ عليه ولا تشوّهه ، بل أنها قد تعطيه شكلا أروع من شكلة الاصلى ، وقد يعدلون فى صياغة بعض الموضوعات ، يحذفون منها ، أو يضيفون اليها ، يكتبون عنوانا جديدا ، يدمجون أكثر من موضوع معا ، ويخرجون بأكثر من موضوع من موضوع واحد ، وهم عصب المجلة الحديثة لانهم يحفظون

توازن الاسلوب فيها ويجعلونه كله نغمة واحدة ، ويجعلون للمجلة لهجة أو لغة موحدة ، وهم لا يستطيعون أن يخلقوا موضوعا جيدا من مادة مجموعة بشكل غير متكامل ومكتوبة بشكل رديء ما ولكنهم يستطيعون أن يخرجوا موضوعا عظيما من مادة مجموعة بشكل جيد ، معلومات كثيرة ، عيبتها الوحيد أنها كتبت بشكل رديء فقط .

Copy editor

— قسم التصحيح : ويرأسه كبير المصححين

ويضم مجموعة من المصححين مهتمهم مراجعة الموضوعات بعد جمعها (وبعض المجلات قبل الجمع) ثم بعد طبع بروفات الصفحات ، قبل الطبع ، للتأكد من عدم وجود أخطاء مطبعية .

الكاتب الحر (المصاحف) Non - Staff Writer (Freelancer)

الكاتب الحر أو المصاحف Freelancer (*) هو شخص لا يعمل عضوا ثابتا في جهاز تحرير المجلة ، لكن يكتب فيها ، ويرتبط بها ، لا يلتزم بالعمل بها كوظيفة ، وقد يكون محررا أو كاتباً أو مصورا أو رساما ، لكنه يعمل حرا طبقا لحسابه الخاص ، وبشروطه ، فهو رئيس تحرير نفسه ، يعمل عندما يرغب في العمل ويضع خطته ويمارس مسئولياته بنفسه .

وتعتمد المجلات على المصاحفين أكثر من اعتماد الجرائد عليهم ، بحكم أن الجرائد تعتمد على التغطية الاخبارية المنتظمة من طاقمها التحريري أو من وكالات الأنباء ، أما المجلات فمواردها أكثر تنوعا ولديها وقت أطول ، ويمكنها أن توظفهم حسب خططها طويلة الاجل ، بشكل منتظم ، وتستفيد من تخصصاتهم المختلفة المتنوعة والتي تسد حاجات لا يؤديها أعضاء طاقمها التحريري .

وتنتشر ظاهرة المصاحفة ، أو الكتابة للجرائد والمجلات من الخارج ، في الدول الكبرى ، التي يصدر فيها عدد ضخم من الجرائد والمجلات ، خاصة المجلات الجاهزية العامة ، والمجلات ذات التخصص الدقيق حيث يلعب المصاحف هنا الدور الأكبر والأهم ويعتمد عليه بشكل أساسي (٨٧) .

وبعض هؤلاء المصاحفين قد يكونون كتابا محترفين متفرغين لعملية

(*) Freelancer

كلمة انجليزية تعود أصلها الاولى الى الحياة العسكرية ، حيث كانت تطلق على الشخص المحارب ، أو الفارس الذي يبيع قوته وقدرته على القتال الى الملوك أو القادة الحربين (العسكريين) ، ولكن في عصرنا الحالي أصبحت تطلق على الشخص غير المرتبط ، والذي لا يخضع لسلطة ، مثل الكاتب .

المصاحفة ، ولا يرتبطون بمجلة معينة ، وبعضهم يعملون في وسائل اعلامية اخرى ، محررين او مذيعين او رجال علاقات عامة ، وبعضهم يعمل اعمالا اخرى لا علاقة لها بالكتابة .

وبعض المصاحفين يتصل برئيس التحرير مباشرة ، او عن طريق خطاب طلب كتابة موضوع Query letter ، او عن طريق وكالة معينة تسوق اعماله Syndicate ، او وكيل خاص به Agent واذا ما تلقى الموافقة ، يكتب موضوعه ويرسله هو او الوكالة او الوكيل الى رئيس تحرير المجلة ، وعادة ما تحصل الوكالة او الوكيل على عمولة Commission نظير تسويق المواد التي ينتجها المصاحفون (٨٨) .

وفي مصر ، لا توجد ظاهرة المصاحفة ، بشكلها التقليدي ، أي الكتاب والمحررون المحترفون الذين يعتمدون في كسب عيشهم على الكتابة للجرائد والمجلات العامة الجماهيرية والمتخصصة ، بل ان معظم الكتاب والمحررين المصريين الذين يعملون اعضاء في طاقم تحريري بمجلة او جريدة يعملون مصاحفين في اخرى .

ومرد ذلك يعود الى واقع الصحافة المصرية الذي يتضح في :

١ - اكتظاظ الجرائد والمجلات المصرية العامة (القومية) بعدد كبير من المحررين والكتاب الذين يزيد عددهم عن احتياجات جرائدهم ومجلاتهم .

ب - عدم ازدهار الصحافة المتخصصة ، التي تحتاج قدرا كبيرا من المصاحفين .

ج - عدم وجود صحافة اقليمية حقيقية - بل مجرد نشرات يومية - وهي التي تعتبر البداية الطبيعية للكتاب المصاحف .

د - معظم كتابنا الكبار يعملون ككتاب بشكل ثابت في جرائد او مجلات ولا يكتبون لغيرها من المجلات او الجرائد المصرية .

لذلك نستطيع تقسيم الكتاب المصاحفين في مصر الى خمس فئات رئيسية :

كتاب روائيون ومفكرون يكتبون المقالات الطويلة والبحوث والروايات المسلسلة والقصص القصيرة وينشرونها في اكثر من مجلة وجريدة ، في الداخل والخارج ، مثلا :

نجيب محفوظ ينشر قصصه في جريدة الاهرام ومجلة أكتوبر ،
ومجلة النوحة القطرية ، واحسان عبد القدوس يكتب في . الاهرام
واكتوبر واحيانا في روزاليوسف ومجلة الشرقية وجريدة الشرق الاوسط
(العربية التي تصدر في لندن) ، وانيس منصور يرأس تحرير مجلة اشوير
وينشر فيها مقالاته . والى جانب ذلك يكتب عموده اليومي « مواقف »
في جريدة الاهرام ، ومصطفى أمين يكتب عموده اليومي « سرور »
في جريدة الاخبار ، وفي جريدة الشرق الاوسط « ورشدي صالح رئيس
تحرير آخر ساعة ينشر قصصه في آخر ساعة ورزاليوسف وبمن
الجرائد العربية (حتى وفاته في منتصف العام الماضي) .

الفئة الثانية :

كتاب ومحررون صحفيون يعملون بشكل ثابت في الاجهزة التحريرية
لجرائد ومجلات قومية ، والى جانب ذلك يمارسون العمل الصحفي
(هنا التحرير الصحفي المتخصص) في جرائد ومجلات متخصصة
كجرائد « الاهلي » و « الزمالك » و « الكورة والملاعب » ، ومجلات
« السينما والمسرح » و « السينما والفن » و « الشاشة الصغيرة »
و « الهلال » و « الثقافة » ، وبعض جرائد ومجلات النقابات والاتحادات
المهنية .

الفئة الثالثة :

خبراء ومتخصصون في مجالات معينة كالطب او الزراعة او العمل،
ويعملون ككتاب ومحررين في الجرائد والمجلات المتخصصة التي
تصدر عن النقابات والاتحادات والشركات ومراكز البحث
العلمي .

الفئة الرابعة :

كتاب ومحررون يعملون بانتظام في الاجهزة التحريرية لجرائد
ومجلات قومية عامة ، ومتخصصة ويساهمون في تحرير الجرائد والمجلات
العربية التي تصدر في العالم العربي ، او في خارجه باللغة العربية ، خاصة
صحف الخليج العربي والسعودية ولبنان ، والصحف العربية في
لندن وباريس .

والفئات الاربع السابقة لا تتعامل معها الجرائد والمجلات المصرية
او العربية عن طريق الوكالات الصحفية المتخصصة ، او عن طريق وكلاء
لهؤلاء المصاحفين ، بل عن طريق الاتصال الشخصي بالكتاب او المحرر
او بمدير أعماله او بسكرتيه الخاص — ان وجد — ، وكذلك عن طريق

المكاتب الرسمية للصحف العربية في القاهرة مثل : مكاتب « جريدة الشرق الاوسط » و « جريدة عكاظ » السعودية و « مجلة العربى » الكويتية و « جريدة الدستور » الاردنية ، وغيرها من المكاتب ، او عن طريق بعض الكتاب او المحررين المصريين الذين يتولون ادارة اعمال هذه الصحف في مصر بشكل غير رسمى وغير معلن تهريا من الضرائب ، ومن مساءلة مؤسساتهم الصحفية ، او لوجود بعض الخلافات السياسية بين هذه الصحف العربية وبين الخط السياسى الوطنى المصرى ، ونتيجة لذلك ظهرت فئة جديدة من المحررين الصحفيين كونوا ما يشبه الوكالات الصحفية الصغيرة ، التى تذكر بنشأة الوكالة الصحفية في القرن الثامن

عشر ، حيث سميت حينئذ وكالة الشخص الواحد One man agency وهى تعمل ايضا بشكل غير رسمى حيث يكلف هذا المحرر الكتاب والمحررين الاخرين بموضوعات معينة ، نظير أجر معين يتفق عليه ، ويتولى هو تسويق هذه الموضوعات الى الوكالات والصحف التى يتعامل معها .

وقد دخلت وكالة انباء الشرق الاوسط - الوكالة الرسمية الوحيدة للانباء في مصر - المنافسة بانشائها قسما للموضوعات تتولى عن طريقه تسويق الموضوعات المختلفة الى الجرائد والمجلات العربية ، ونجح هذا القسم نجاحا ملحوظا ، ويغضى عددا كبيرا من الدول العربية .

الفئة الخامسة والاخيرة :

كتاب ومحررون صحفيون يعملون كمراسلين لجرائد اجنبية ، ومجلات ووكالات للانباء ، وشبكات للاذاعة والتلفزيون ، في افريقية ، وفي أوروبا ، وفي آسيا ، وفي الولايات المتحدة الامريكية ، بشكل رسمى ، وهؤلاء جميعا يضمهم - مع المراسلين الاجانب في مصر - جمعية المراسلين الاجانب في مصر (٨٩) .

المصاحفة الناجحة :

وينصح خبراء الصحافة واساتذتها ، وتجار الصحفيين ، المصاحف المبتدئ باتباع أربع خطوات ، لكى ينجح في عمله (٩٠) :

الخطوة الاولى : دراسة السوق بعناية :

وذلك عن طريق فحص المجال الذى يهوى الكتابة فيه ودراسته ، فهو يستطيع بسهولة أن يجد أسواقا مفتوحة معينة لكتاباته ، وعليه أن

يقرا — وهذا يسير في الخارج — اجلة المجلات والجرائد ، ويحصل اتجاهاتها والمقالات التي تتطلبها ، ويختار نمطا منها ويبدا في دراسة أسلوب كتابته ، طول مقالاته ، وجهة نظر المجلة في القضايا العامة ، يتم ذلك بقراءة أكثر من عدد من أعداد المجلة .

الخطوة الثانية : اقامة صلات جيدة :

فالمفاتيح الجيدة للمصاحفة الناجحة تكن في اقامة صلات قوية ومستمرة ووثيقة مع رؤساء التحرير والوكالات ووكلاء الناشرين ، أي القوى المؤثرة في سوق النشر .

الخطوة الثالثة : وضع الافكار الجديدة . . وكتابتها :

ويتم ذلك بعد دراسة المجلات الموجودة ، والانكار التي عالجتها والتي لم تعالجها ، وتأتي من أكثر من مصدر : الملاحظة ، القراءات المختلفة ، قراءة المجلة نفسها ، ثم يصل الى معالجة جيدة لفكرته في أسلوب قوى مؤثر ومناسب للمجلة .

الخطوة الرابعة : التنفيذ (وصول الموضوع الى المجلة) :

وهو هنا تسليم الموضوع الى المجلة التي يتعامل المصاحف معها ، بعد الاستقرار على المجلة التي يرغب في الكتابة اليها ، ولكن عليه قبل أن يقدم الموضوع الى المجلة بعد صياغته أن يتأكد :

١ — أنه لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها في موضوع آخر في تلك المجلة خلال السنوات الأخيرة ، لذلك تبدو استشارة رئيس التحرير مسألة مهمة .

٢ — أن لا يتعلق بفكرة سبق تغطيتها عدة مرات في مجلات أخرى كثيرة ، وإذا حدث ذلك فينبغي أن يكون له معالجة أخرى ومعلومات طازجة ، ورؤية مختلفة .

٣ — عنوان الموضوع ، ومقدمة المقدمة من الضروري العناية به بدرجة تقدر معها على جذب انتباه رئيس التحرير ، وتجعله يريد أن يقرأ ما في داخل الموضوع .

٤ — أنه جهز مخطوط الموضوع ، بشكل يتفق مع القواعد الشائعة في دور الصحف من حيث استعمال الورق وأسلوب تنظيم الصفحة .

٥ — أن هناك صورا واضحة ومهمة أو اقتراح عبارة مصورة مناسبة
تصاحب الموضوع « إذا كانت الصور غير متاحة » .

٦ — أنه وضعه في مظروف مسطح Mailed Flat غير مدور « ويصحبه
طابع بريد لاعاقته الى المرسل » .

٧ — الاحتفاظ بنسخة كربونية من المقال حتى يمكن التغلب على مشكلة
فقدان المقال في البريد » .

والآن .. كيف يسير دولا ب العمل داخل الجهاز التحريري لمجلة
اسبوعية عامة (جماهيرية) على سبيل المثال :

١ — يجتمع رئيس التحرير ومعاونوه ورؤساء الاقسام لتقويم العدد
الجديد الذي صدر ، والتخطيط للعدد الجديد .

٢ — تجتمع الاقسام المختلفة لكي تناقش العدد وتقومه ، وتخطط العدد
الجديد « ويقترح المحررون الموضوعات « ويوافق عليها « ويتم
تكليفهم بموضوعات أخرى .

٣ — قد يكلف المحررون بموضوعات أخرى خلال الاسبوع غير
ما اتفق عليه مع مسئول القسم أو رئيس التحرير « وذلك وفقا
لتطور الاحداث » .

٤ — ينفذ المحررون الموضوعات ويجهزونها للنشر ، بعد تزويدها بالصور
الفوتوغرافية أو الرسوم .. وهنا تبدأ نسخة الموضوع Copy
في التحرك حتى يتم طبع المجلة .

— يقوم المحرر بتسليم الموضوع الى مسئول الباب أو القسم
أو الصفحة المتخصصة .

— يقرأ المسئول الموضوع ، وإذا كان لديه ملاحظات يوجه
المحرر لتنفيذها .

— إذا وافق عليه يسلمه الى أحد معاوني رئيس التحرير الذي
يقراه ، وإذا وافق عليه كما هو ، يرسل الى المشرف الفني ،
وإذا احتاج الى مراجعة في صياغته يرسل الى كبير المراجعين
في قسم المراجعة ، وبعد اعادة صياغته يعود الى معاون رئيس
التحرير ، الذي يرسله الى قسم المعلومات لمراجعتها من ناحية
المعلومات ، ويعود اليه مرة أخرى ثم يقوم معاون رئيس التحرير

بقسليمه الى المشرف الفنى الذى يحدد المساحة التى سيشتغلها
وأسلوب اخراجه ، ويسلمه الى المخرج الصحفى (الفنى)
الذى يقوم برسم الماكيت ويحدد شكل الموضوع على
الصفحة ويرسل المواد المكتوبة الى الجمع والصور الى
الحفر أو التصوير .

— فى حالة الجمع ، أو حالة المونتاج يغرف المخرج الصحفى
(المتنفذ) على توضيب المجلة .

— ترسل البروفات الى قسم التصحيح لمراجعتها المصححون
مطبوعيا (طباعيا) قبل الطبع ، ثم ترسل البروفات الى المطبعة
لتنفيذ التصحيح ، ثم تاتى البروفات النهائية الى قسم التصحيح
مرة أخرى ، لتراجع ، ثم ترسل البروفة النهائية الى المشرف
الفنى لمراجعتها فنيا ، ولرئيس التحرير أو أحد معاونيه ليعطى
أمر الطبع ، وتطبع المجلة (٩١) .

خامسا : قرارات على المستوى التنظيمي

وهذه القرارات التي يتخذها المخطط لاصدار المجلة ، وتتعلق بتنظيم أسلوب العمل في اقسام او قطاعات المجلة المختلفة بهدف الوصول الى تنظيم المؤسسة الصحفية التي ستصدر المجلة ، وتصميم الخريطة او الهيكل التنظيمي للمؤسسة .

١ - تنظيم المؤسسة الصحفية

التنظيم كعملية :

عبارة من وضع نظام علاقات بين أشخاص منسق اداريا من أجل تحقيق هدف مشترك (٩٢) .

ويحكم تنظيم العمل في أي مؤسسة صحفية تصدر جريدة أو مجلة أو عدة جرائد أو مجلات ، أو كليهما عدة انماط تنظيمية .

الاول : الاسلوب الهرمي أو الخطي : Pyramidic or line type

الذي تصدر فيه السلطة بواسطة الترتيب أو الانقلاب بتفويض غير مسئول لمواقع عالية ، وأفضل نموذج له هو المؤسسة العسكرية ، ومن الواضح تماما أن مثل هذا النمط من التنظيم لا يمكن أن يكون ناجحا في صحيفة .

الثاني : الاسلوب الوظيفي : Functional tyue

حيث تكلف السلطة حسب مستويات العمل أو الواجبات الخاصة ، مع أخذ كل وظيفة للسلطة النهائية الخاصة بها الاسلوب الوظيفي الاصيل ، لا يكون عمليا بالنسبة لصحيفة بسبب ان الاقسام سوف تكون بشكل عام بعيدة بعضها عن بعض أو متنافسة بدلا من أن تكون متعاونة .

الثالث : الانتاج الخطي والانتاج Line and Staff Production

هو مزيج من النظامين السابقين وتتدرج الرقابة فيه من أسفل الى أعلى ، بحيث يكون لكل طبقة أو مرحلة السلطة النهائية ، الاقسام

— في المجلة مثلا — يرأسها مسئولون منفذون تابعون مباشرة لنفسه رئيسي « ولكن مع اعطاء كل قسم مسئولية كاملة وسلطة .

وهذا النمط من التنظيم يناسب نظام العمل داخل مجلة متعددة الاقسام « لانه يزود برقابة على كل الاقسام ، مع السماح بحرية العمل داخل كل قسم .

فرتيس القسم الميكانيكي :

على سبيل المثال « قد يكون رئيسا لرئيس قسم قاعة عمل الجمع « ولكن الاخير يكون له السلطة النهائية في قضايا قاعة الجمع « وعمله يعرضون مشاكلهم مباشرة عليه اي على رئيس القسم الميكانيكي .

واذا اراد مدير الاعلانات ان تصاحب قصة خبرية املانا عن افتتاح متجر — لن يكلف مندوبا او مخررا بالقصة ولكنه سوف يتجه الى محرر المدينة (رئيس قسم الاخبار) الذي لديه السلطة الكاملة على تغطية الاخبار المحلية كلها . واذا علم مدير التحرير ان موزعي المجلة قد قاموا بطي النسخ بحيث يتمزق الغلاف قبل تسليمه الى القاري ، فسوف يستوضح مدير التوزيع ليعطى تعليماته للموزعين ، او قد يستوضح المدير التجاري ليتصل بدوره بمدير التوزيع .

ومجالات السلطة هذه تجعل من الممكن ان يعمل كل قسم مستقلا ، بينما التنظيم الهرمي بين رؤساء الاقسام يجعل من الممكن التنسيق والتعاون بينهم على اساس دائري (٩٣) .

ويتوقف اتساع التنظيم وضيقة على حجم الصحيفة وعدد محرريها ، وطبيعة اقسامها والناشر نفسه ، ونوع ملكية المجلة وحجم قرائها وظروفها الاقتصادية .

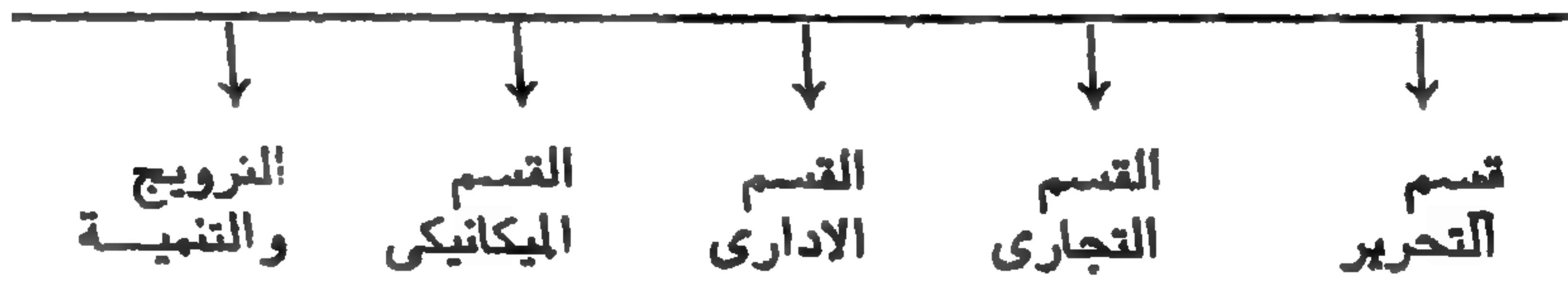
في الصحف الاسبوعية والصحف اليومية الصغيرة وكذلك المجلات الصغيرة يوجد في العادة قسمان يطلق على الاول (المكاتب) او التحرير الآن ، وعلى الثاني (الورشة) او المطابع ، ويتم تسليم الاخبار والموضوعات والاعلانات في المكاتب حيث تحرر الاصول وتجرى كل الاعمال المتصلة بالصحيفة . اما الاعمال الميكانيكية المتعلقة بالصحيفة فمكانها الورشة حيث تجمع اصول الصحيفة وتطبع (٩٤) .

وفي بعض المجلات الصغيرة ، التي ليس لها مطبعة خاصة لا نجد الا قسما للتحرير (مكاتب) فقط تكون مسئولة عن الاخبار

والموضوعات والاعلانات أما الاعمال الميكانيكية فيعهد بها الى مطبعة خارجية يتم التعاقد معها .



واذا انتقلنا الى المؤسسات المتوسطة والكبيرة نجد انها تتكون في العادة من خمسة اقسام أو ادارات يعمل فيها افراد تدربوا تدريباً خاصاً سواء عن طريق الدراسة المنظمة أو عن طريق الخبرة وهي :



١ - قسم التحرير :

يضم قاعة الاخبار ، قاعة اعداد الاصول ، المطبخ الصحفي وقاعة التحرير ، وقسم التصوير ، والمكتبة والمعلومات .

٢ - القسم التجاري :

ادارة الاعلان ، وادارة التوزيع ، وقسم الطبع التجاري .

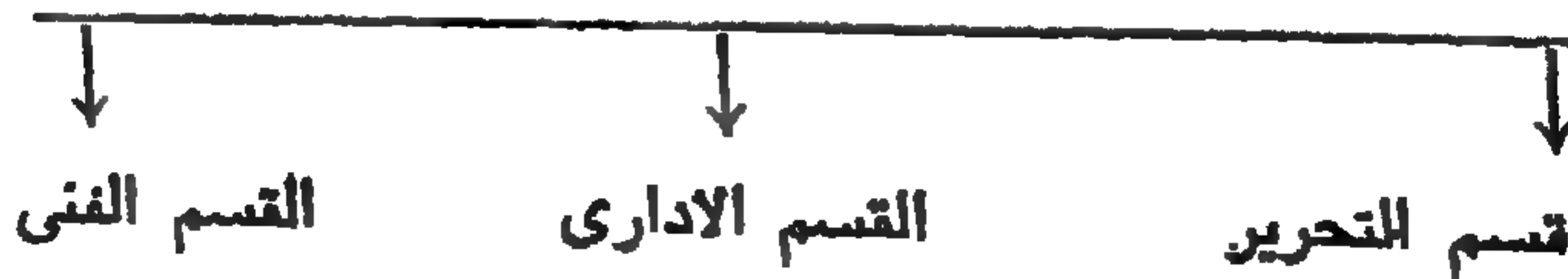
٣ - القسم الميكانيكي :

قاعة الجمع ورشة صب النورم ، ورشة الحفر ، ورشة الطبع في حالة الطباعة البارزة .

٤ - القسم الاداري :

■ - قسم الترويج والتنمية (٩٥) .

وقد تتكون الصحيفة أو المجلة من ثلاثة اقسام رئيسية هي : ١ -



١ - قسم التحرير :

ويضم رئيس التحرير ونوابه ومدير التحرير ورؤساء الأقسام والمحريين وينبع رئيس التحرير ادارات المراجعة والتصحيح والمعلومات ، وسكرتارية التحرير الفنية وقسم التصوير .

٢ - القسم الادارى :

ويرأسه مدير عام ويضم الاعلانات وادارة التوزيع والاشتراكات وادارة المشتريات وادارة شئون العاملين .

٣ - القسم الفنى :

المطبعة ، حجرة الجمع ، القسم الهندسى (٩٦) .

٢ - تصميم الخريطة التنظيمية او الهيكل التنظيمى للمؤسسة

الخريطة التنظيمية :-

هى شكل يصور الهيكل التنظيمى الذى يقوم عليه البنيان التنظيمى لاي منشأة او منظمة ، او هى الشكل الذى يبين وضع كل عضو بالجماعة بالنسبة لغيره والعلاقات التى تربط الاعضاء بعضهم ببعض حتى ينفذ العمل الذى رسمته الجماعة بنفسها - او رسم لها - بأكبر قدر من الكفاءة اذ يقوم كل عضو بما يخصه من ذلك العمل فى انسجام تام مع باقى الجماعة ، الامر الذى توضحه الخريطة بصورة مرئية .

وقد يطلق عليها أحيانا لفظ [الهيكل التنظيمى] وهى تستخدم الرسم فى تخطيط شكل يوضح كافة نواحي النشاط الذى تقوم به جماعة ما موزعا على وحدات او أجهزة ادارية ويبين فى ذات الوقت كافة العلاقات التى تربط بين تلك الاجزاء وبعضها ، وموقع كل جهاز بالنسبة للآخر ، وتتكون الخريطة فى العادة من عدد من المفردات وعدد من الخطوط التى تربط بين تلك المفردات .

والمفردات :

هى اشكال هندسية كالربع او المستطيل او الدائرة ، ويعبر كل شكل منها عن فرد له أهمية فى البنيان التنظيمى ، أو عن جهاز من أجهزة ذلك البنيان ، وفى بعض الاحيان يراعى مصممو الخرائط التنظيمية ان

تكون مساحة الشكل الهندسي متناسبة مع أهمية الفرد أو الجهاز ومع الموقع في المستويات الادارية التى يتكون منها التنظيم .

أما الخطوط :

فمنها ما يكون رأسيا أو أفقيا أو مائلا ، وهى تعبر عن علاقات السلطة من أعلى الى أسفل أو المسئولية من أسفل الى أعلى ، أو علاقات المشاركة والتعاون بين الاجهزة التى تقع فى مستوى واحد أو العلاقات الاستشارية بين الاجهزة الواقعة فى مستويات مختلفة (٩٧) .

وكمثال للهيكل التنظيمى أو الخريطة التنظيمية لمؤسسة صحفية كبيرة تصدر مجلة ، الشكل التالى (*):

ساسا : قرارات على المستوى القانونى

بعد ان يستقر المخطط على الشكل العام للمشروع ، ويبدا كيانه المادى والبشرى فى الاتضاح ، وفى بعض الاحيان قبل ذلك — يبدأ فى اتخاذ بعض القرارات أو الإجراءات التى تعطى لهذا المشروع الصحفى صغير الحجم أو متوسطه أو كبيره الذى ستصدر به المجلة ، الكيان القانونى الذى يلائمه ، وذلك عن طريق : اختيار الشكل القانونى للمشروع ، والحصول على ترخيص أو موافقة على اصـدار المجلة .

١ — اختيار الشكل القانونى للمشروع

وتؤثر فى ذلك الاختيار عوامل كثيرة ، من أهمها : إجراءات التأسيس ونفقاته ، ومقدار رأس المال اللازم للمشروع ، ودرجة الميل الى المخاطرة أو الخوف من المستثمرين ، ومدى استعداد المؤسسين فى المستقبل للاشتراك فى ادارة النشاط ، ومدى حياة المشروع ، وما يحتاج اليه من توسع فى المستقبل ■ وما تفرضه الدولة من قواعد بإجراءات وما تسنه من قوانين منظمة تؤثر فى كيان المشروع ونظامه (٩٨) .

فبصفة عامة كلما قل رأس المال اللازم للمشروع ، وكذلك قل حجم الامكانيات المادية والقدرات الادارية والفنية المطلوبة ، قلت درجة المخاطرة التى تتعرض لها الاموال فى المشروع وامكن ان ينهض بالمشروع شخص واحد فى صورة مشروع فردى ، أو عدد من الاشخاص يكونون فيما بينهم شركة من شركات الاشخاص . لكن كلما كبر حجم رأس المال وحجم الامكانيات المادية والبشرية وزادت فى الوقت ذاته درجة المخاطرة التى يتعرض لها رأس المال ، حتم ذلك ان ينهض بالمشروع مجموعة كبيرة من الاشخاص يستطيعون تدبير رأس المال المطلوب ويخاطرون بقدر معين من اموالهم وتكون مسئوليتهم محدودة بقدر حصصهم فى رأس المال ، يكون هذا المشروع فى الغالب فى صورة شركة من شركات الاموال .

ومن عوامل تحديد الشكل القانونى للمشروع مدى دوامه ، فاذا كان نشاط المشروع بطبيعته يمتد زمنا طويلا حتى تؤتى ثماره ، او يمتد لفترة زمنية طويلة ، فانه فى هذه الحالة يأخذ المشروع شكل الشركة المساهمة | احدى شركات الاموال التى لا ترتبط بحياة المساهمين فى تكوينها) .

ولكل نوع من هذه المشروعات أحكامه الخاصة التي يضعها القانون التجاري منظما ما يبرمه رجال الاعمال والتجار من أعمال قانونية ، إضافة الى ذلك ، هناك المشروعات العامة التي تتولى ادارة المرافق العامة ، ومملوكة ملكية عامة للدولة لتحقيق المنفعة العامة ، كذلك هناك الجمعية التعاونية التي لا تهدف الى تحقيق أرباح وانما الى خدمة أعضاء الجمعية .

وتأسيسا على ذلك ، يمكن القول أن المجلة كمشروع صناعي وتجاري يمكن أن تصدر في شكل قانوني من بين الاشكال القانونية المختلفة للمشروع والتي يمكن الاختيار من بينها وهي (٩٩) : —

اولا : المشروع الفردي :

ثانيا : شركات الاشخاص :

- ١ — شركة التضامن .
- ٢ — شركة التوصية البسيطة .
- ٣ — شركة ذات مسئولية محدودة .
- ٤ — شركة المحاصة .

ثالثا : شركات الاموال :

- ١ — الشركة المساهمة .
- ٢ — شركة التوصية بالاسهم .

رابعا : المشروعات العامة :

- ١ — وزارة او مصلحة حكومية .
- ٢ — أجهزة السلطات المحلية .
- ٣ — المشروع المختلط (عام غير كامل) .
- ٤ — المؤسسة العامة .
- ٥ — الشركة العامة .

خامسا : الجمعيات التعاونية :

التنظيم القانونى لاصدار الصحافة

يخضع اصدار اى صحيفة - جريدة او مجلة - الى نسوع من التنظيم القانونى . ويختلف هذا التنظيم من بلد الى آخر لاختلاف مفهومها للحرية وتبعاً لاختلاف نظمها السياسية والاجتماعية . فقد يكتفى لاصدار الصحيفة بمجرد اخطار يبلغ الى الجهة الادارية المختصة ، وقد يحتاج الاصدار الى الحصول على ترخيص سابق منها . ويدور النظام المصرى فى اصدار الصحف بين فكرتين : فكرة الترخيص وفكرة الاخطار (١٠٠) .

وحتى عام ١٩٧٥ حكم اصدار الصحف قانونين : قانون المطبوعات رقم ٢٠ لسنة ١٩٣٦ ، وقانون تنظيم الصحافة رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ الذى اضاف افكاراً جديدة الى تنظيم اصدار الصحف .

فبمقتضى المادة الاولى من قانون تنظيم الصحافة رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ لا يجوز اصدار الصحف الا بترخيص من الاتحاد القومى الذى حل محله الاتحاد الاشتراكى .

(والصحف التى يتعين الحصول على ترخيص باصدارها هي : الجرائد والمجلات وسائر المطبوعات التى تصدر باسم واحد بصصفة دورية ، وقد استثنى من الحصول على الترخيص المجلات والنشرات التى تصدرها الهيئات العامة والجمعيات والهيئات العلمية والنقابات وذلك لما تتسم به هذه المطبوعات من صفة خاصة ولان تداولها يقتصر على اعضاء الهيئات التى تصدرها) .

وبمقتضى المادة ١٣ من قانون المطبوعات رقم ٢٠ لسنة ١٩٣٦ الذى لا يزال معمولاً به حتى الآن ، يجب على كل من يريد ان يصدر جريدة ان يقدم اخطاراً كتابياً بذلك الى المحافظة التى تقع الجريدة فى دائرتها ، فقانون المطبوعات لا يوجب الحصول على ترخيص سابق من جهة الادارة ، بل يكتفى باخطارها باصدار الجريدة .

(والجريدة التى يقصدها هي : كل مطبوع باسم واحد بصفة دورية فى مواعيد منتظمة او غير منتظمة) (١٠١) .

وفى عام ١٩٧٥ صدر قرار من رئيس الاتحاد الاشتراكى العربى بانشاء المجلس الاعلى للصحافة ، واصبح يشترك فى اعطاء تصاريح اصدار الصحف .

فلاصدار مجلة — على سبيل المثال — أصبح لابد من تقديم طلب للمسؤولين برغبة صاحبه في اصدار مجلة على أن يذكر في هذا الطلب اسمه وجنسيته وعنوانه واسم الدورية ويكون غالبا اسما جديدا لم تصدر به دورية من قبل . الا اذا توقفت عن الصدور وأخذ من صاحبها أو ورثته تنازلا عن الاسم . وبعد ذلك يذكر اسم رئيس التحرير المسئول واسم المطبعة التي ستقوم بطبعها وعنوانها واسم صاحبها ان كانت مملوكة لصاحب الدورية واللغة أو اللغات التي ستصدر بها الدورية ومواعيد صدورها أي دوريتها .

وبعد أن توضح البيانات المذكورة على صورتين من اخطار مطبوع معد لذلك يوزع مجانا من ادارة المطبوعات أو الاماكن المسئولة ويوقع عليها صاحب امتياز اصدار الدورية ورئيس التحرير ويوقع معها خطابا من صاحب الامتياز الى ادارة المطبوعات والمجلس الاعلى للصحافة يبدى فيه رغبته في اصدار امر بالموافقة على طبع الدورية وتداولها بين القراء وتعيين المسؤولين عن تحريرها .

بعد ذلك تدرس الجهات المسئولة الدالاب فاذا كان مستكملا من جميع الجوانب يرسل لصاحبه التصريح باصدار الدورية . وهو غير محدد بمدة معينة بل يظل قائما مادامت الدورية مستمرة في الصدور .

اما اذا حدث تغيير في البيانات السابق توقييعها بالاخطار مثل شخص رئيس التحرير أو المالك أو اسم الدورية أو مواعيد صدورها فعلى ادارة الدورية (المجلة هنا) ابلاغ ادارة المطبوعات والمجلس الاعلى للصحافة كتابة بالتغيير الذي سيحدث دون حاجة الى عمل اخطار جديد ويعمل المسئولون عن اصدار الدورية على الاحتفاظ بخطاب التصريح لتقديمه للمسؤولين عند طلبه واطلاع المسؤولين عن المطبعة عليه

فاذا صدرت الدورية (المجلة) يجب أن تضع في الحسبان :
اسم الدورة صاحب امتيازها واسم رئيس التحرير وعنوان صدورها ومكانه واسم المطبعة التي تقوم بطبعها وتاريخ الطبع ورقم العدد والسنة الصحفية (رقم العدد ومكانه من اول عدد صدر منها وعدد السنوات التي مضت على صدور اول عدد منها) على كل عدد يصدر منها وكذلك على ادارة الدورية ان تودع عشر نسخ من كل عدد يصدر منها في مديرية الامن التابعة لها الدورية ومطبعتها وست نسخ الى ادارة المطبوعات بمجرد طبعها وتسلم خمس نسخ لدار الكتب العامة (١٠٢) .

ولكن المجلس الاعلى للصحافة لم يمارس سلطاته في عملية الترخيص باصدار الصحف ، فالصحف الحزبية الجديدة « مصر » و « الاحرار » و « الاهالى » و « الشعب » صدرت بدون ترخيص أو اخطار، حيث اتاح لها قانون الاحزاب الصدور كحق من حقوق الاحزاب بمجرد تأسيسها .

ونظرا للقيود التي وضعها القانون على اصدار الصحف (جرائد ومجلات) وتحريره اصدارها على الافراد — رغم أنه رسميا لم يحرم أى فرد حق الاصدار الا أن الواقع يشهد أنه لم يصدر فرد جريدة أو مجلة منذ عام ١٩٥٢ حتى الآن ، نجد محاولات عديدة للتهرب من هذه النقطة ، واصدار مجلة أو جريدة ومنها على سبيل المثال لا الحصر :

— اسقاط صفة الدورية عن مطبوع باصدارة ١١ مرة في السنة — مثلا — اذا كان شجريا . أو ٥١ مرة في السنة اذا كان اسبوعيا « مما يجعله يخرج عن نطاق القانون ، ويصبح كتابا عاديا — غير دورى » لان القانون يعرف الصحيفة — التي تنطبق عليها احكامه بأنها أى مطبوع يصدر بصفة دورية ، وهذا ما فعله عبد العظيم مناف المدير العام اجلة « الموقف العربى » وحماة البمبى ناشر مجلة « أفكار » .

— تكوين جمعيات أهلية أو اتحادات تصدر عنيا جرائد أو مجلات ، ذلك لان القانون لا يطالب الصحيفة التي تصدر عن جمعية أو دينية أو هيئة أو منظمة أو نقابة جماهيرية بالحصول على ترخيص وهذا ما فعله الدكتور عبد المنعم سعد حينما أسس جمعية لفن السينما ليصدر عنها بعد ذلك مجلة « السينما والناس » الشهرية . وفاروق يوسف الذى أصدر جريدة « الاهلية » الاسبوعية عن جمعية ترقية شباب عابدين التي أسسها الدكتور عبد النادر حاتم عام ١٩٥٥ ، كذلك أصدر نادى المسرح بالقاهرة مجلة « المسرح » ، وصدرت مجلة « الشاشة الصغيرة » عن جمعية الشاشة الصغيرة لعدة شهور وتوقفت .

— الاستفادة بالتراخيص القديمة لجرائد أو مجلات واعادة اصدارها مرة أخرى مثل : مجلة « البعكوكة » الشهيرة التي أعيد اصدارها مرة أخرى — وتوقفت — ومجلة « الدعوة » و « الاعتصام » ، ومجلة « أنباء الخليج والجزيرة » التي أصدر منها الدكتور فاروق أبو زيد — عدد واحدا منها وتوقفت — كملحق لمجلة قديمة هي مجلة « صوت الجزيرة » كان يرأس تحريرها في الماضى ..

اصدار المجلات في ظل قانون « سلطة الصحافة » رقم ١٤٨ الصادر في ١٤ يوليو ١٩٨٠

خلال الصفحات السابقة استعرض المؤلف اصدار المجلة — كشكل صحنى من الزاوية القانونية التى حددتها التشريعات الصحفية المصرية التى بدأت بصدر أول قانون للمطبوعات فى مصر عام ١٨٨١ حتى تشكيل المجلس الاعلى للصحافة عام ١٩٧٥ — والثغرات الموجودة فى هذه التشريعات « والآن . . وبعد صدور قانون سلطة الصحافة فى ١٤ يوليو ١٩٨٠ هل اختلفت الصورة او بعبارة أكثر تحديدا هل تغير اسلوب اصدار الصحف عامة — والمجلة بوجه خاص ؟ !

حرية اصدار الصحف (جرائد ومجلات)

بادئ ذي بدء نجد أن القانون يكفل حرية اصدار الصحف — جرائد ومجلات — للأحزاب السياسية والأشخاص الاعتبارية العامة والخاصة .

وفى الوقت نفسه يحظر القانون اصدار الصحف أو الاشتراك فى اصدارها لو ملكيتها بأية صورة من الصور على الفئات الآتية :

- (١) المنوعين من مزاولة الحقوق السياسية .
- (٢) المنوعين من تشكيل الأحزاب السياسية أو الاشتراك فيها .
- (٣) الذين ينادون بهبائىء تنطوى على أفكار الشرائع السماوية .
- (٤) المحكوم عليهم من محكمة القيم .

خطوات اصدار الصحف (جرائد ومجلات) :

— يجب على كل من يريد اصدار صحيفة جديدة أن يقدم أخطارا كتابيا الى المجلس الاعلى للصحافة موقعا عليهن الممثل القانونى للصحيفة يشتمل على : اسم ولقب وجنسية ومحل إقامة صاحب الصحيفة واسم الصحيفة واللغة التى تنشر بها وطريقة اصدارها وعنوانها واسم رئيس التحرير وعنوان المطبعة التى تطبع فيها الصحيفة .

وفى حالة أى تغيير يطرأ على البيانات التى تضمنها الاخطار بعد صدور الترخيص يجب إعلان المجلس الاعلى للصحافة كتابة بهذا التغيير قبل حدوثه بثمانية أيام على الأقل الا اذا كان هذا التغيير طرأ على وجه غير متوقع وفى هذه الحالة يجب اعلانه فى ميعاد غايته ثمانية أيام على الأكثر من تاريخ حدوثه .

ويعاقب الممثل القانونى للصحيفة عند مخالفة هذه المادة بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيه ولا تجاوز ألف جنيه أو باحدى هاتين العقوبتين فضلا عن الحكم بتعطيل الصحيفة مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تجاوز سنة .

— ويصدر المجلس الاعلى للصحافة قراره فى شأن الاخطار المقدم لاصدار الصحيفة خلال مدة لا تجاوز اربعين يوما من تاريخ تقديمه اليه ويعتبر عدم اصدار القرار فى خلال المدة سالفه البيان بمثابة اعتراض من المجلس الاعلى للصحافة على الاصدار .

وفى حالة صدور قرار برفض اصدار الصحيفة يجوز لذوى الشأن الطعن فيه امام محكمة التيم خلال ثلاثين يوما من تاريخ الاخطار بالرفض .

— وفى حالة عدم صدور الصحيفة خلال ثلاثة شهور تالية للترخيص ، أو اذا لم تصدر بانتظام خلال ستة أشهر اعتبر الترخيص كأن لم يكن ، ويكون اثبات عدم انتظار صدور الصحيفة من المجلس الاعلى للصحافة ويعلن القرار الى صاحب الشأن .

— وتعتبر الموافقة على اصدار صحيفة امتيازا خاصا لا تنتقل ملكيته بأية صورة من صور نقل الملكية .

وكل تصرف يتم بالمخالفة (لهذا الحكم) يعتبر باطلا ، ويعاقب المخالف بغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيه ولا تجاوز ألف جنيه فضلا عن الحكم بالغاء ترخيص الصحيفة .

« البعد الثالث في عملية التخطيط لإصدار مجلة »

وضع الخطة أو الجدول الزمني للتنفيذ

بعد أن ينتهي المخطط لإصدار مجلة من اتخاذ القرارات الأساسية المختلفة التحريرية والاقتصادية والفنية والبشرية والتنظيمية والقانونية، يكون قد استقر على « تصور » أو « خطة » محددة المعالم لمجلته ويبقى عليه أن يحولها إلى « كيان مادي » أو نسخة مطبوعة من المجلة ، وهنا تبدأ عملية التنفيذ التي لا بد وأن يوضع لها خطة زمنية أو جدول زمني .

وعملية وضع جدول زمني للمشروع Schedule أو الجدولة الزمنية Schedule ، لإصدار المجلة هنا هي : تحديد الوقت النسبي الذي يجب أن تبدأ فيه العمليات أو المراحل المختلفة وتضع الهدف الزمني المطلوب تنفيذه . ومن الممكن أن تتم دون الإشارة إلى يوم معين . ومن الناحية العملية من الأفضل أن يتم وضع أيام معينة كأيام بدء وأيام انتهاء (١٠٣) .

وتبنو أهمية الجدول الزمني في المشروعات أو العمليات الانتاجية التي تتم في عدة مراحل وهو ما ينطبق على عملية إصدار المجلة .

وعلى ذلك فلا بد أن يضع المخطط لإصدار المجلة ، أو إدارة المجلة بالإضافة إلى هيئة تحريرها كشفا يوضح العمليات المطلوب تنفيذها مبينا بصفة خاصة موعد الابتداء وموعد الانتهاء لكل عملية تقرر تنفيذها ، وبهذا يربط العمليات المختلفة من أجل تحقيق هدف محدد .

ومن أكثر الطرق انتشارا في جدولة المشروعات « الزمنية » خرائط جانيت لتخطيط المشروعات Ganichart ، وهي تتكون من مقياس زمني (يوم - شهر - أسبوع) من ناحية . ومن الناحية الأخرى يتم عرض عناصر المشروع أو أجزائه في شكل أمدة أو رموز لتوضيح مدى التقدم في الأعمال مع تحرك الوقت يوما بعد الآخر (١٠٤) .

فإذا انتهت إدارة مجلة من البعدين الأولين لعملية التخطيط لإصدار مجلة وهما : الدراسة التفصيلية لجدوى المشروع واتخاذ القرارات

الاساسية في عملية الاصدار ، بقى أن يوضع الجدول الزمني لاصدار
المجلة : فاذا كان اصدار المجلة قد تحدد له بداية عام ١٩٨٠ وبدأت
عمليات وضع جدول زمني في شهر سبتمبر عام ١٩٧٩ ، ينبغي
وضع جدول زمني لاصدار المجلة يوم الثلاثاء ١ يناير عام ١٩٨٠
مستعينين بخرائط « جانت » لتخطيط المشروعات (١٠٥) .

مصادر المدخل ومراجعته

- (١) شعبان عبد العزيز خليفة : الدوريات في المكتبات ومراكز المعلومات ، العربى للنشر والتوزيع ، القاهرة ، ١٩٧٨ ، ص ٦ .
- (٢) . اعتمد على المراجع التالية في استيضاح الفروق بين هذه المصطلحات :

- Hidlick, W.E. «Aclose Look ■ Magazines and comics, U.S.A., 1973, PP. 12 - 23.
- Mott Luther Frank : « A History of American Magazines » Cambridge Mass book press of Harvard University' PP. 5 6.
- Mott, Luther Frank : « A History of American Magazines ». University Press, Iowa, Second edition, 1969, PP. 22 - 35.
- Fisher, Heinz Ditrich & Herril, John : International and Intercultural Communication, Hastings House publishers, New York, 1976, PP. 99 - 106.
- Mclean. Ruari : Magazine Design, Oxford University Press, New York, London, Torentc, 1969, P. 1.

- (٣) نقلا عن عبد العزيز الدسوقي وعبد الغنى حسن : روضة المدارس ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة ، ١٩٧٥ ، ص ٩ .

- (٤) . عبد اللطيف حمزة : المدخل في فن التحرير الصحفى ، دار الفكر العربى القاهرة ، الطبعة الرابعة ، ١٩٧٠ ، ص ٣٦٠ .

- (٥) عبد العزيز الدسوقي وعبد الغنى حسن : مرجع سابق ص ٩ .

- (٦) عبد اللطيف حمزة ، مرجع سابق ص ٧ .

- (٧) شكرى فيصل : الصحافة الادبية : وجهة جديدة في دراسة الادب العربى المعاصر ، معهد الدراسات العربية العالية ، القاهرة ، ١٩٦٠ ، ص ٢٠ .

(٨) نقلا عن عبد العزيز الدسوقي وعبد الغنى حسن ، مرجع سابق ص ٩ .

(٩) المرجع السابق نفسه ، ص ١٠ .

(١٠) سامى عزيز : « فن المجلة » مجموعة محاضرات ألقيت على طلبة الصحافة والنشر « بكلية الاعلام ، جامعة القاهرة » القاهرة ١٩٧٥ .

(١١) اجلال خليفة : « الصحافة » بدون ناشر ، دار الطباعة الحديثة القاهرة ١٩٧٦ ، ص ٧٧ .

(١٢) محمد سيد محمد : ما المجلة الادبية ؟ مجلة الدراسات الاعلامية ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، العدد الاول ، يناير ١٩٧٩ ، ص ١٩ .

(١٣) محمد سيد محمد : « اقتصاديات الاعلام » مكتبة كمال الدين ، القاهرة ، ص ٢٧ .

(١٤) سامى عزيز ، مرجع سابق .

(١٥) اعتمدت في مرضى لتصنيف المجالات على ابرز المراجع التى تعرضت لهذه الفكرة وهى :

- Fedler, Fred : An introduction to the Mass Media, Harcourt Joun Inc., New York, San Digo, Chicago 1978.
- Whitney, Fredrick C. : Mass Media and Mass Communications in society, W. M. C. Brown Company Publishers, 1975.
- Littlefield, James E. & Kirkpatrik, C.A. : Advertising : Mass communication in Marketing, Houghton Mifflin Company, Bombay, First Indian Print, 1971..
- Charnely, Michelle V. & Converse, Blair : Magazines Writing and Editing, Drydon Press, New York, 1938.
- Sandman, Peter. M. ■ Rubbin, David M. & Suchman, David : Media : An introductory analysis of American Mass Commun-

ations prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, Second edition, 1976.

- Wolsely, Ronald, E. : The Magazine World - an introduction to magazine Journalism, Prentice - Hall, New, ~~York~~ 1964.
- Peterson, Theodore : Magazine in the twentieth Century, University of Illinois Press, Urbana. Chicago - London, Second edition 1975.

(16) Sandman, Peter M. & Rubbin, David M. & Suchman, David, OP. Cit., P. 282.

(18) Sandman Peter M. & Rubin, David M. & Suchman, David, Op cit., P. 229.

(19) Merrill, John & Bryan, Carter R & Alisky, Marian : « The Foreign Press : A survey of the world Journalism, Louisiane, State University press, Baton Rouge, U.S.A 1973, P. 15.

(20) Peterson, Theodore, Op. Cit., P. 76.

(٢١) سامى عزيز ، مرجع سابق .

(٢٢) س. دينوايه : « الصحافة فى العالم » ، ترجمة عبد العاطى جلال ، الالف كتاب ٢٩٠ ، دار سعد مصر ، القاهرة ، بدون تاريخ ، ص ١٧٦ .

(٢٣) حسنين عبد القادر : الراى العام والدعاية وحرية الصحافة ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٦١ ، ص ٢١ .

(٢٤) شعبان عبد العزيز خليفة ، مرجع سابق ، ص ٢٣ .

(٢٥) جورج ديهاميل : دفاع عن الادب ، ترجمة وتعليق محمد مندور ، سلسلة من الشرق والغرب ، الدار القومية للطباعة والنشر ، بدون تاريخ ، ص ٦٣ .

(26) Whitney, Fredrick. C., Op. Cit., P. 82.

(27) Ibid, P. 79.

(٢٨) أحمد بدر : « الاتصال بالجمهور والدعاية الدولية » ، دار
القلم ، الكويت ١٩٧٢ ، ص ٢٣ ، ٢٤ .

مصادر الكتاب ومراجعته

(1) Wolsely, Ronald. E. The Magazine world : an introduction to Magazine Journalism, Op. Cit, P. 63.

(٢) استفدت في هذا الجزء من المراجع الآتية :

— فريد راغب النجار : « تحليل الشبكات لتخطيط وجدولة ومراقبة المشروعات » وكالة المطبوعات ، الكويت ، ١٩٧٩ .

— على رفاعة الانصاري : « استراتيجيات المشروعات : سياسات ادارية » ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٦ .

— محمد يسرى قنصوة ، أحمد رشيد : « التنظيم الادارى وتحليل النظم » ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٧٢ .

— Coventry, William F. : « Management ». A Howard & Wymdham Company, London, 1978.

(٣) محمود سلامة عبد القادر « دراسات الجدوى وتقييم المشروعات الصناعية » ، وكالة المطبوعات ، الكويت ، ١٩٧٩ ، ص ٢٩—٣١ .

(٤) فريد راغب النجار « مرجع سابق » ص ٢٩ .

(5) Wolsely, Ronald, E. : Under standing Magazines, Op. Cit., pp. 45. - 50 .

(6) Ibid, p. 48.

(7) Peterson, Theodore, Op. Cit., PP. 236 - 257.

(8) Fisher, Heinz Ditrich & Merril, John, Op. Cit., PP. 103, 140.

(9) Peterson, Theodore : Op. Cit., P. 336.. .

(10) Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines, Op. Cit., P. 99 - 101.

(11) Pedler, Fred, Op. Cit., P. 340.

(12) Peterson, Theodore Op. Cit., P. 364.,

(13) Wolsely, Ronald E. : Understanding Magazines, Op. Cit., p. 47, 80.

(14) Peterson, Theeaors, Op. Cit., P. 366.

(15) Ibid, PP. 351, 362.

(16) Fadler, Fred, Op. Cit., P. 351.

Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines Op. Cit., p. 351.

(١٧) محمود فياض : « الصحافة الادبية بمصر والاتجاهات القومية ١٩١٤ - ١٩٤٠ » ، (الجزء الاول) الجهاز المركزي للكتب الجامعية والمدرسية والتعليمية ، القاهرة ، ١٩٧٦ ، ص ٢٨ .

(١٨) محمود علم الدين : « الفن الصحفي في المجلة العامة مع دراسة تطبيقية على المجلات المصرية العامة المصور - آخر ساعة - اكتوبر عام ١٩٧٨ » ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، القاهرة ١٩٨٠ ص .

(19) Wolsely, Ronald. E. : Understanding Magazines Op. Cit., PP. 49 - 50.

(٢٠) محمود علم الدين ، مرجع سابق

(٢١) سمير محمد حسين : « بحوث الاعلام : الاسس والمبادئ » ، بدون ناشر ، مطابع دار الشعب ، القاهرة ، ١٩٧٥ .

(٢٢) محمد على العويني (اشراف) : « مشاكل الاعلام الشبابي : دراسة نظرية وميدانية » المجلس القومي للشباب والرياضة ، جهاز الشباب الادارة العامة للتخطيط والبحوث والاحصاء ، القاهرة ، ١٩٧٨ ، ص ٥١ .

(23) Wolsely, Ronald. E., Understanding Magazines. Op. Cit., pp. 139, 149 - 150. .

(٢٤) ، (٢٥) سمر محمد حسين ، مرجع سابق .

(26) Wolrely, Ronald. E., Under standing Magayire, Op. Cit., P. P. 150.

(٢٧) جيهان أحمد رشتى : « الاسس العلمية لنظريات الاعلام » ، دار الفكر العربى ، القاهرة ، ١٩٧٥ .

(28) Wolsely, Ronald. E. Thl Changing Magazine, The Iowa State University press, Iowa, 1972, pp. 15 - 25.

(٢٩) طلعت الزهيرى : الاعلان بين العلم والتطبيق ، دار المعارف ، القاهرة ١٩٧٥ ، ص ١٠٤ ، ١٠٥ .

(٣٠) محمد على العوينى (اشراف) : مرجع ص ٧٤ — ٧٨ .

(31) Erickson, Mc. cann : Middle East Media study 1979 London.

(٣٢) المركز العربى للبحوث والإدارة (آراك) : « اتجاهات القراء لجلة أكتوبر » ، ١٩٧٨ ، القاهرة .

(33) Wdsely Ronald. E. : Under Standing Magazines, Op. Cit., P. 351.

(٣٤) توماس بيرى : « الصحافة اليوم » ، ترجمة مروان الجابرى مؤسسة أ. بدران للطبع والنشر ، بيروت ، ١٩٧٤ ، ص ٢٥٧ ، ٢٥٨ .

(35) Ferguslon, Rowena, A. : « Editing The Small Magazine». U.S.A., Columbia press, Second edition 1976, p. 181.

(٣٦) توماس بيرى « مرجع سابق » ص ٢٦٠ — ٢٨٢ .

(٣٧) محمود علم الدين « مرجع سابق » ، ص ٢٦٣ — ٢٦٦ .

(٣٨) المرجع السابق نفسه ، ص ٣٣٤ — ٣٣٨ .

(٣٩) المرجع السابق نفسه ، ص ٤٠٥ « ٤٠٦ .

(40) Farguson, Rowena. A., Op., Cit., P. 181.

(٤١) جلال الدين الحماصي : مقابلة شخصية بمكتبة مؤسسة
اخبار اليوم .

(42) Forguson, Rowena. A., Op. Cit, P. 182.

(٤٣) استفدت في ذلك من :

— زكي محمود هاشم : « الادارة العلمية » وكالة المطبوعات « الكويت »
١٩٧٨ ص ٣٦٩ ، ٢٧٠ .

(٤٤) اعتمدت في عرض الانماط الشائعة للملكية في المجلة على
التصنيف الكلاسيكي لانماط الملكية الصحفية الذي أورده كل من فرانك .
و . راكر ، وهيربرت بي . وليفر في كتابهما :
« Newspaper Organization and Managament.

(45) Fedler, Fred, Op. Cit., PP. 335, 336.

(46) Rucker, Frank. W. & Wilvers, Harbert Lee, Op. Cit., PP. 21 -
24.

(47) Golding, Peter : The Mass Media, Longman Group, London,
1972, PP. 44 - 48.

(٤٨) محمود عساف : « أصول الادارة » ، مكتبة عين شمس ،
القاهرة ، ١٩٧٦ ، ص ٢٨٩ .

(49) Vilehuchet, Blrtra and de la : La Gestion Du Magazine Dunond,
Paris, 1975, PP. 31 - 32.

(50) Ibid, P. 32.

(٥١) فاروق محمود الهيثمي : « تخطيط المشروعات الصناعية »
دار النهضة العربية ، القاهرة ، ١٩٦٩ ، ص ٨٠ .

(52) Ferguson, Rowena A., Op. Cit., p. 191.

(53) Ibid, P. 192.

(54) Wright, John. S. & Others : « Advertising» Mc - Graw Hill Company, New York, Fourth edition, 1977, P. 372.

(55) Ferguson, Rowena. A., Op. Cit. PP. 194 - 196.

(56) Ibid, P. 196.

(57) Turnbull, Arthur. T. & Baird., N. : The Graphics of communion Typography - Layout Design», Holt Reinhart Inc., third edition, 1975 P.. 295.

(٥٨) سمير محمد حسين : « تطور الاعلان الصحفى فى مصر منذ نهاية الحرب العالمية الثانية حتى اليوم » رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الاداب جامعة القاهرة ، القاهرة ١٩٦٩ ، ص ٦٨٦ .

(59) Crag. Joh : « Production For The Graphic Designer. waston Guptile publication U.S.A., Third edltion, 1976, P. 81

(60) Ibid, p. 85

(٦١) سمير محمد حسين « تطور الاعلان الصحفى فى مصر منذ نهاية الحرب العالمية الثانية اليوم » ، مرجع سابق ، ص ٦٨٧ .

(62) Craig, John, Op. Cit., P. 87..

(٦٣) احمد حسين الصاوى : « طباعة الصحف واخراجها » ، الدار القومية للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٦٥ ، ص ٢١-٥٥ .

— Craig, John : Op. Cit., PP. 16 - 40

(٦٤) اعتمدت فى الحديث عن اختيار ورق طباعة المجلات وانواعه المختلفة على المراجع الاتية :

— Kagy, Fredrick, D. : Graphic Arts, The good heart Willcox Co., gnc. pullications., South Holland, Illirois, 1970.

— Wolsely, Ronald. E., ■ Underst anding Magazines» Op. Cit.

— Craig, John, Op. Cit.

— صليب بطرس : « ادارة الصحف » ، الهيئة العامة للكتاب ، القاهرة ، ١٩٧٤ .

■ محمود عساف : « اصول الاعلان » ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، ١٩٧٥ .

(65) Craig, John, Op. Cit. PP. 110 , 111.

(66) Ibid p. 111.

(67) Grump, Spencer : Fundamentae of Journalism, Mcgraw Hill Book, U.S.A. 1974, P. 234.

(68) Silver, gorold. A. : Printing Estimating, American Technical-ety, U.S.A., 1975, PP. 22 - 24.

— Forguson, Rowena, A., Op. Cit., P. 201.

(٦٩) استفدت في الحديث من اتخاذ القرارات الخاصة بالعنصر
البشرى في المجلة بكل من :

— يسرى خضر اسماعيل : مرجع سابق ، ص ١٨٩ — ١٩٠ .

— فاروق محمد الهيثى : مرجع سابق ، ٨١ .

(٧٠) هذه المصادر الخمسة حددها الدكتور محمود عساف لى
يعتمد عليها اى مشروع صناعى ■ واعتمدت عليها مصادر تصلح للمجلة،
انظر :

■ محمود عساف : مرجع سابق ص ٢٨٩ .

(71) Wolsely, Ronald. E. Unders Tanding Magazines., Op. Cit.,

(27) Kenneth, John Lurian : ■ Magazine Journalism : New prospects
For the art and profession», Montona press Library, First edition
Montana, U.S.A, 1977, P.. 117.

(٧٣) محمود علم الدين ، مرجع سابق ، ص

(74) Kenreth. John : Op. Cit.: P. 139.

(٧٥) استفدت في هذا الجزء من المراجع التالية :

— عبد اللطيف حمزة : « قصة الصحافة العربية في مصر : منذ نشأتها الى منتصف القرن العشرين » مطبعة المعارف ، بغداد ، ١٩٦٧ .

— خليل صابات : « وسائل الاتصال نشأتها وتطورها » ، مكتبة الانجلو المصرية ، القاهرة ، طبعة ثانية ، ١٩٧٩ .

— Peterson, Theodore, Op. Cit.

— Mott, Luther Frank, Op. Cit.

— W olseley, Ronald. E., « Understand ing Magazine ». Op. Cit.,

(٧٦) جلال الدين الحمامصي : « الصحيفة المثالية » ، دار المعارف ، القاهرة ، ١٩٧٢ ص ١٧٨ ، ١٧٩ .

(77) Kannedth, John Lurian, Op. Cit., PP. 166 - 173.

(78) Neprand, Theodore. L. New Prew : « Planning good Personnel in your publication » Columbia press, U.S.A. 1975., pp 15, 19.

(79) Ibid, pp. 19 - 22

(٨٠) ، (٨١) ، (٨٢) اعتمدت هنا على المراجع التالية :

— Rothestein, Arnold : « Photojournalism - Picture for magagines and newspapers». Amphoto, Now york, 1963.

— New Kalien, Norman : « Photographs - how to appreciate, Criticize and choose; ». Mc. Graw Hill, New york 1973.

— Feininger, Andreas : « The Complete photographer » Englewood Cliffs, Newyork, Prentice Hall, 1965.

— سمير سعد الدين ، محمود علم الدين (اعداد) : « التصوير الفوتوغرافي وتطبيقاته في مجال الصحافة » ، مراجعة خليل صابات ،

(استنسل) القيت على طلبة قسم الصحافة والنشر ، كلية الاعلام
جامعة القاهرة ، القاهرة ١٩٧٨ .

(٨٤) أبو الفتوح حامد عودة : « تنظيم المعلومات الصحفية والارشيف
والمكتبات » ، مكتبة الانجلو ، القاهرة ، ١٩٦٨ ، ص ٧ ، ٨ .

(٨٥) سمير سعد الدين ، محمود علم الدين : مرجع سابق ،

(٨٦) محمد سيد محمد : « اقتصاديات الاعلام : المؤسسة الصحفية » ،
مكتبة كمال الدين ، القاهرة ، ١٩٧٩ ، ص ١٨٩ ، ١٩٠ .

(87) Wolsely, Ronald. E. : « Understanding Magazine, » Op. Cit., pp
157 - 160.

(88) Sandman, peter. M. & Rullin David M. & Suchman David Op.
Cit, PP. 288 - 289.

(٨٩) محمود علم الدين : مرجع سابق ، ص ١٤١ ، ١٤٢ ، ١٤٣ .

(90) Wain wright, David : Journalism», Alt & Seber London, 1972,
P. 210.

— ج . م ميكائيلسن : « الصحافة بين الهواية والاحتراف » ، ترجمة
محمد كامل جمعة ، مطبعة مصر الحديثة ، القاهرة ، ١٩٥١ ص
٣٦ — ٤٥ .

(٩١) محمود علم الدين : مرجع سابق ص ١٤٥ ، ١٤٦ .

(٩٢) سيد الهواري : مرجع سابق ، ص ١٣٦ .

(93) Rucker, Frank. W. & Wilvers, Herbert Lee, Op. Cit. PP. 8 , 9.

(٩٤) خليل صابات : « فن ادارة الصحف وتنظيمها » ، محاضرات
على الرونيو القيت على طلبة قسم الصحافة بكلية الاداب جامعة بغداد ،
بغداد ، ١٩٧٥ .

(٩٥) المرجع السابق نفسه .

- (٩٦) أجلال خليفة ، مرجع سابق ، ص ٦١ — ٦٥ .
- (٩٧) محمود عساف ، مرجع سابق ، ص ٤٠ .
- (٩٨) المرجع السابق نفسه .
- (٩٩) زكى محمود هاشم ، مرجع سابق ، ص ٣٥٩ .
- (١٠٠) جمال الدين العطيفى : « حرية الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية القاهرة » ، دار النهضة العربية ، طبعة ثانية ، ١٩٧٤ ، ص ٥٥ .
- (١٠١) المرجع السابق نفسه ، ص ٥٧ ، ٥٩ .
- (١٠٢) أجلال خليفة ، مرجع سابق ، ص ٥٧ ، ٥٨ .
- (١٠٣) سيد الهوارى ، مرجع سابق ، ص ١٢٠ ، ١٢١ .
- (١٠٤) فريد راغب النجار ، مرجع سابق ، ص ٣٦ .
- (١٠٥) استندت في تصميم هذا الجدول الزمنى لاصدار مجلة من خريطة لمشروع صناعى صممها الدكتور فريد راغب النجار على قرار خرائط جانت لتخطيط المشروعات انظر :
- فريد راغب النجار ، المرجع السابق نفسه ، ص ٣٧ .

رقم الابداع ٨١/٢٨٨٥
الترقيم الدولى ٢ - ٢٥ - ٧٣١٥ - ٩٧٧

مطبعة
مؤسسة يوم المستشفيات
١ شارع بستان الخشاب بالمنيرة
القصر العينى - القاهرة



القلا ف من قيصيم وقنفذ ، المركز الجراحيكى العربى بالقاهرة